Conozca qué hay detrás de las tiendas de autoservicio

REVISTA DEL CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

¿Sabe cuáles son los mejores pantalones de mezclilla? Aplicamos mil 760 pruebas a 82 marcas

¡Que no le «tomen el pelo» en la compra de secadoras eléctricas!

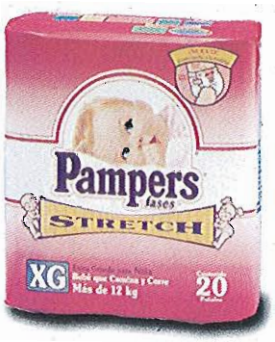
Cómo contratar:
-Laboratorios clínicos
-Servicios funerarios

Enero 1996 · Núm. 227 · México

$ 6.00

¡ A moverse a gusto !

NUEVOS Pampers fases STRETCH



Para bebés que siempre andan de aquí para allá, creamos un nuevo pañal que se ajusta perfectamente a su cuerpo. Nuevos Pampers Stretch. El único pañal delgado con novedosas bandas elásticas que se estiran y repliegan para ajustar mejor. Así, Pampers Stretch no se afloja ni escurre, manteniendo a su bebé más seco.

Novedosas bandas elásticas.

Otros pañales, delgados o gruesos, se hacen guangos y escurren.

Con Pampers Stretch no importa todo lo que su bebé se mueva, estará más seco y más a gusto.

Otros pañales.

Cambie a los Nuevos Pampers Stretch.

Nuevos Pampers Stretch.

Porque un bebé seco es un bebé feliz.

SUMARIO

ENERO DE 1996 • Núm. 227

Editorial • 2

• Para empezar bien el año

PROFECO en acción • 3

• Quién es quién en los precios
• Póngase «águila» con su aguinaldo

Cómo comprar • 7

• Tinacos domésticos
• ¿Quiere impermeabilizar su casa?

Antes de contratar • 12

• Cuando la muerte nos alcance
• Laboratorios de análisis clínicos

Alimentación y nutrición • 18

• Alimentación para los ancianos
• Alergias alimentarias en los niños

Tecnología doméstica • 22

• Cómo elaborar jamón cocido y catsup

Nuestro medio • 24

• ¡Aguas con el agua!

¡Manos a la obra! • 26

• Humedad en paredes y techos
• Reparación de pisos de cerámica

Qué hay detrás de... • 27

• Radiografía de las tiendas de autoservicio

Bajo la lupa • 33

• Calidad de secadoras

De todo como en botica • 42

• Test del buen consumidor

Por su salud • 45

• Algo más sobre el SIDA
• Insomnio: la noche de un día difícil
• Cómo combatir el estreñimiento

El consumidor en el mundo • 52

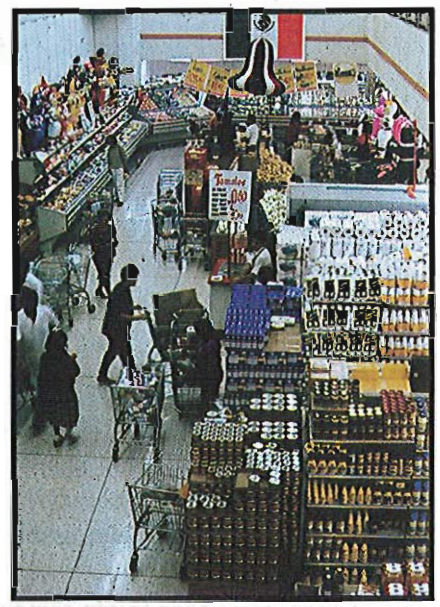
Radiografía de los servicios • 53

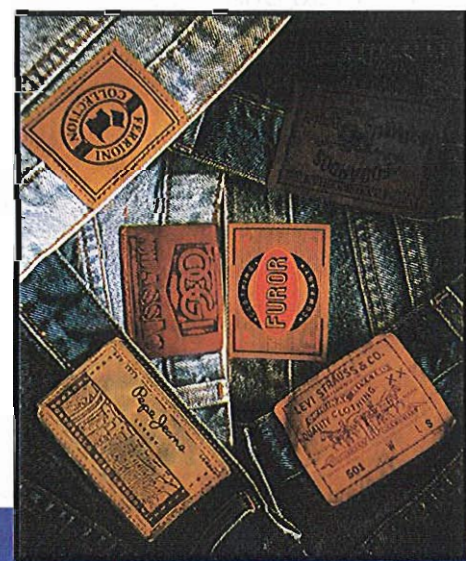
• Telecomm y sus servicios

Los pequeños consumidores • 58

Reporte Especial • páginas centrales

•Calidad de pantalones de mezclilla





Para empezar bien el año

El inicio de un año es el espacio temporal idóneo para plantearnos, como individuos, instituciones y nación, los retos y expectativas más importantes en cuanto a nuestro quehacer cotidiano y respecto a las tareas y responsabilidades que nos corresponden.

El escenario económico con que comienza el año nos ofrece algunos indicadores que dan paso al optimismo, debido a los compromisos vigentes adquiridos por los diferentes sectores firmantes de la **Alianza para la Recuperación Económica (APRE)**, especialmente por la creación de algunas bases para la regulación y estabilización del mercado en cuanto a los precios y tarifas públicas, así como en cuanto a las políticas cambiaria y monetaria, la desregulación para la competitividad y los salarios, entre otras.

En forma particular, PROFECO y la **Revista del Consumidor** se suman a este esfuerzo proporcionando información al lector sobre aspectos de evidente utilidad y que figuran entre las necesidades prioritarias de la población consumidora de todo el país.

Así, en la presente edición le ofrecemos un par de estudios de calidad sobre dos productos de consumo generalizado: **pantalones de mezclilla** y **secadoras de cabello**. De igual forma, en nuestra sección «PROFECO en acción» le proporcionamos algunas recomendaciones para aprovechar la **segunda parte del aguinaldo** que se entrega a los trabajadores al servicio del Estado, así como nuestra tabla comparativa de productos en «Quién es quién en los precios».

Otros reportajes y artículos periodísticos que buscan orientar el poder de elección de los consumidores son **cómo contratar servicios funerarios** y **laboratorios clínicos privados**, o bien, cómo comprar **impermeabilizantes** y **tinacos** de uso doméstico.

Asimismo, atentos a la conservación de su salud, le decimos de qué manera influye el consumo en la aparición de padecimientos y enfermedades como el **estreñimiento** y el **insomnio**, así como algunas novedades en torno al **SIDA**.

Otros temas que vale la pena destacar son una minuciosa «radiografía» sobre las **tiendas de autoservicio** en México, y las características de los novedosos servicios que ofrece **Telecomm** al consumidor. Por su parte, la sección «Tecnología doméstica» le explica cómo elaborar algunos **alimentos** a bajo costo, y en «¡Manos a la obra!» le explicamos paso a paso qué debe hacer para reparar **paredes con humedad** y **pisos de cerámica** deteriorados.

En la **Revista del Consumidor** queremos iniciar el año sirviéndole con nuestro mejor esfuerzo y enfatizando nuestro interés por informarlo y orientarlo en favor de su economía y en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.

Directorio

Procurador Federal del Consumidor:
Fernando Lerdo de Tejada

Coordinadora General de Investigación y Divulgación:
Martha Susana Ruiz

Director General: **Marco Antonio López Gallo**; Director Editorial: **Oscar Romero Rojas**; Jefe de Redacción: **Guillermo Torales Caballero**; Jefa de Información: **Vanessa Prieto Barrientos**; Jefa de Corrección: **Dora Torres Ponce**; Reporteros: **Ma. Guadalupe Cruz Muñoz, Graciela Muñoz Ariza, Leticia Muñoz Izquierdo, Miguel G. Prieto Martínez**; Corrección: **Alejandra Sánchez Plasencia**; Tipografía: **Ana Silvia Chío Achi**; Fotografía: **Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano**.
Director de Arte y Diseño: **Alejandro Lobato Rosales**; Jefe de Diseño Gráfico: **Víctor Manuel Gutiérrez García**; Diseñadores: **Pedro Octavio Castellanos Gómez, Kathia Recio**; Ilustración: **Mónica Miranda Villalba**

El contenido de los anuncios comerciales publicados en la Revista del Consumidor es de la exclusiva responsabilidad de los anunciantes. Su publicación no implica, en modo alguno, por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor, juicio de valor al acto de autoridad, al aval de los bienes o servicios que se anuncian. Asimismo, estas condiciones forman parte de los acuerdos que al respecto se suscriben con los anunciantes.

Teléfono de la revista: 559-72-95 ext. 262 6 283. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, C. P. 03200, o al A. P. 20600, México, D. F.

¿Quién es quién en los precios de juguetes?

Durante la temporada navideña y de Reyes Magos, la venta de juguetes se incrementa de manera considerable, de hecho, esta industria realiza alrededor del 50 por ciento de sus ventas en ese periodo. Atendiendo a las necesidades de los consumidores, PROFECO ha creado un programa especial dentro del sistema de información *¿Quién es quién?* para conocer los distintos niveles de precios que presentan cerca de 100 juguetes en los puntos de venta a los que asisten los consumidores con mayor frecuencia (se incluye información sobre jugueterías, tiendas departamentales, supermercados, bodegas y almacenes).

Aunque en esta época los juguetes de contrabando que se expenden en puestos ambulantes tienen precios más bajos que los de las tiendas y jugueterías, esos artículos representan un alto riesgo para el consumidor, ya que no cumplen con las características mínimas de calidad, ni cuentan con las garantías e instructivos en español que la Norma Oficial Mexicana establece.

La información al consumidor resulta muy importante en la compra de juguetes, ya que sin ella se corre el riesgo de incrementar el gasto previsto. A través de los medios de difusión de PROFECO, no sólo se pueden conocer los puntos de venta con los precios más bajos, sino que podemos averiguar si la tienda en la que realizaremos nuestra compra cuenta con el juguete que buscamos, evitando así traslados innecesarios, con lo que optimizamos tiempo y economizamos el presupuesto.

De acuerdo con la información obtenida entre el 24 de noviembre y el 4 de diciembre de 1995, las cadenas comerciales que presentaron mayor abasto fueron: **Bodega Aurrera**, 123 artículos; **Aurrera**, 122; **Comercial Mexicana**, 110; y **Gigante**, 104 juguetes. Por el contrario, entre las cadenas comerciales contempladas en este programa, las de menor abasto fueron: las **tiendas de la UNAM**, con sólo 6 juguetes; las de la **UAM**, 10; **Sanborns**, 18; y **Woolworth** y **Juguetería Tony**, con 19 artículos cada una.

Por otra parte, la cadena con la mayor cantidad de precios mínimos en juguetes fue **K-Mart**, con 25 artículos; en contraparte, **Mercería del Refugio** registró 18 productos con el precio más elevado del mercado.

Algunas cadenas que comercializan juguetes ofrecen mecanismos de venta especiales para esta época del año (por catálogo, crédito y sistemas de apartado), entre los cuales sobresalen las ventas por apartado.

A través de dicho sistema el consumidor realiza un pago inicial que generalmente va del 10 al 50 por ciento del valor de los juguetes, el resto se paga antes de la fecha límite fijada, conforme al contrato que cada tienda determina con el comprador. Esta modalidad se aplica sólo en la mercancía en existencia, la cual se retira del piso de venta y se almacena hasta que ha sido liquidada en su totalidad o se cumple el plazo establecido.

Una de las ventajas para el consumidor consiste en que a través de este mecanismo se respeta el precio de lista del juguete al momento de realizar el contrato. Es decir, usted asegura el producto que busca al precio pactado aunque no lo reciba hasta liquidar su compra. Sin embargo es recomendable que los consumidores pongan atención al contrato de compra, pues en algunos casos se contempla el cobro de intereses.

CADENAS COMERCIALES CON MAYOR ABASTO DE JUGUETES

CADENA COMERCIAL	CANTIDAD DE JUGUETES EN EXISTENCIA	% CON RESPECTO AL LISTADO DE PROFECO
Bodega Aurrera	123	90.44
Aurrera	122	89.70
Comercial Mex.	110	80.88
Gigante	104	76.47

CADENAS COMERCIALES CON MENOR ABASTO DE JUGUETES

CADENA COMERCIAL	CANTIDAD DE JUGUETES EN EXISTENCIA	% CON RESPECTO AL LISTADO DE PROFECO
UNAM	6	4.41
UAM	10	7.35
Sanborns	18	13.23
Jugueteria Tony	19	13.97
Woolworth	19	13.97

Fuente: Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, PROFECO.

PROMEDIOS CORRESPONDIENTES A LOS LEVANTAMIENTOS EFECTUADOS ENTRE EL 24 DE NOVIEMBRE Y EL 4 DE DICIEMBRE DE 1995

ARTÍCULO	MÍN.	MÁX.
JUGUETES EDUCATIVOS		
Espirógrafo luminoso, Kenner, 67006	68.50	99.00
Garage, Fisher Price, 2553	120.94	224.40
Tren Fantasía de Mickey, Mattel, 66006	77.65	120.00
El Granjero Dice, Mattel, 1716	93.15	138.00
Pilas de Aritos, Fisher Price, 1050	27.75	39.00
Mis Primeros Bloques, Fisher Price, 1024	46.20	69.00
Mis Primeros Cuentos, Mattel, 3115	119.95	214.67
Juego de Química, Mi Alegría, 203	202.00	271.00
Nursey, Iga, 2100	114.95	168.00
Gimnasio de Bebé, Fisher Price, 71090	155.25	289.00
Armables, Roca del Orgullo, Mattel, 68383	68.60	87.45
Armables, Lincoln Logs House, Playskool, 985	109.00	149.00
Armables, Fort West, Iga, 196	72.00	89.00
Armables, Torre del Caballero del Dragón, 3665	377.89	604.60
Armables, Gasolinera, Playmobil, 3437	237.90	351.00
Armables, Castillo Pequeño, Playmobil, 3667	524.00	634.36
Armables, Rancho de Ponies, Playmobil, 3775	289.89	402.75
Armables, Granja, Playmobil, 3716	397.39	631.60
Armables, Isla del Tesoro, Playmobil, 3799	344.87	566.00
Armables, Barco Mercante, Playmobil, 3740	339.89	468.40
Armables, Barco Pirata, Playmobil, 3750	486.00	589.00
Armables, Mansión con 6 habitaciones, Pla. 5300	869.89	1,398.40
Armables, Castillo Grande, Playmobil, 3666	814.79	1,310.60
Armables, Castillo Konstru Fix, 115	64.90	78.21
Armables, Tinkertoy, Playskool, 801	79.95	97.18
JUGUETES DE DESTREZA		
No tires los frijoles, Milton Bradley, 4786	8.50	63.30
Bogol, Parker Brothers, 384	92.90	135.00
Spirograph, Kenner, 14720	0.00	0.00
Chick a Boom, Ensueño Tyco, 9611	70.20	115.00
No rompas el hielo, Milton Bradley, 4784	8.50	47.00
Scrabble, Milton Bradley, 4035	52.90	174.90
Mouse, Ensueño Tyco, 9614	104.95	165.00
Destreza, Milton Bradley, 4060	110.12	175.00
Mini Golf, Mattel, 10237	88.75	131.75
No despiertes a papá, Parker Brothers, 455	124.40	249.00
Battleship, Milton Bradley, 4730	92.90	125.00
Mesita de actividades, Fisher Price, 1089	0.00	0.00
¿Adivina Quién?, Milton Bradley, M-4800	79.90	129.00
Piloto Loco, Milton Bradley, 4343	117.07	222.00
Rally de Gusanos, Milton Bradley, M-4408	83.90	135.00
Twister, Milton Bradley, M-4645	84.90	115.00
MUÑECAS		
Cuidaditos, Kenner, 60060	231.50	386.00
Mi Primera Barbie, Mattel, 11294	44.59	115.00
La Cenicienta, Mattel, 1624	90.00	124.00
Jasmine Jasmín, Mattel, 11601	56.45	106.50
Barbie Cabellos Brillantes, Mattel, 10968	59.95	74.00
Nenuco, Famosa, 61196	196.65	269.00
Abrázame y Quiéreme, Bebe Beat, 142	64.50	87.43
Flower Magic Mary, Ensueño Tyco, 1662	259.90	349.00
Nenuco Bebé, Famosa, 979	212.15	309.00
Nenuco Newborn, Famosa, 981	150.05	216.00
Ken Patina Contigo, Mattel, 13513	0.00	0.00
Barbie Peinados Mágicos, Mattel, 12639	99.85	165.00

ARTÍCULO	MÍN.	MÁX.
Barbie Tres en Uno, Mattel, 11418	0.00	0.00
New Born Nancy, Ensueño Tyco, 1615-95	199.95	299.00
Maggy Maquillaje, Hasbro Toy, 9085	190.64	265.00
Barbie Boutique, Mattel, 10922	516.40	800.00
Barbie Gran Gala, Mattel, 14123	217.72	311.20
MUÑECAS ELÉCTRICAS		
Pasitos Traviesos, Mattel, 4575	176.00	229.00
Cosquillitas, Hasbro, 9065	285.90	287.95
Jennie Gimnasta, Mattel, 11163	188.95	478.50
MUÑECOS ELÉCTRICOS		
Vekkosito Grabadora, Yekko, AM0654	174.67	233.39
Yo soy Chabelo, Yekko, Y111017	51.90	85.70
Yo soy Chabelo, Yekko, Y110417	51.90	85.70
Yo soy Chabelo, Yekko, Y110817	51.90	81.50
Yo soy Chabelo, Yekko, Y111117	49.90	85.70
Crayones Musicales, Mattel, 11742	46.70	62.10
Batman, Kenner, 64019	189.00	219.00
Batmobile, Kenner, 64730	190.00	271.40
Mi Primer Mickey, Mattel, 66013	89.10	135.00
Street Fighter II, Hasbro, 6657	15.90	28.00
Caballero del Zodiaco, Bandai, Piscis	59.90	168.00
Karate Action Power Ranger, Bandai, 2201	94.95	156.45
Power Ranger, Bandai, 2200	76.90	134.00
Lucha de Colosos Power Ranger, Empire, 30107	283.40	365.00
Legends of Batman, Kenner, 64010	54.90	90.00
AUTOPISTAS		
Pista Doble Desafío, Mattel, 3254	196.65	280.30
Criss Cross Crash, Mattel, 7996-0510	289.43	474.00
Auto City, Mattel, 93081	300.00	639.00
Super Pista Power Ranger, Marchon/Empire, 26010	323.06	479.00
ENSERES DOMÉSTICOS		
Doctor Horroristein, Ensueño, 3161	217.45	309.00
Máquina de Pays, Mattel, 11213	44.95	104.44
Juego de Té Honguitos, Juguemex, 605	21.50	38.50
Cena Elefante con Minnie, Iga, 4584	59.65	76.78
Cocina Combo, Iga, 1240	99.90	155.00
Kid Vac, Galey Toys, 3228	0.00	0.00
Trastero Mimmie Disney, Iga, 4580	99.00	145.60
JUGUETES VARIOS		
Shark Attack, Milton Bradley, 4901	108.50	159.00
Batícueva, Kenner, 53360	408.33	539.00
Jet Fantasma, Hasbro Toy, 6868	169.00	309.00
Air Aviva, Mattel, 11571	113.85	131.10
Pizarrón Mágico, Milton Bradley, 4780	109.00	129.50
Turista Mundial, Parker Brothers, 5102	40.75	60.00
Patines 1-2-3, Playskool, 1060	189.00	325.00
Batplane, Kenner, 64740	119.00	259.00
Plantas Mágicas, Famosa, 61448	165.30	217.70
Estuche de juego del Rey León, 66382	69.90	104.50
Estuche de juego de La Bella y La Bestia, 8774	69.62	105.00
Estuche de juego de Blanca Nieves, 65054	69.90	105.00
Hércules Gigante, Iga, 9601	72.00	84.50
Radio Reloj Musical, Mattel, 66017	62.95	99.00
Mantarraya, Hasbro, 6132	54.90	97.50
Porta Avión, Iga, 9602	64.09	87.20
Billar Gran Tiro, Mattel, 80220	172.33	197.80

Finalmente cabe aclarar que la información utilizada aquí corresponde a precios promedio por cadena comercial en el Distrito Federal, investigados entre el 24 de noviembre y el 4 de diciembre de 1995. Sin embargo, a través del teléfono del consumidor (568-87-22 y 91-800-903-13) los consumidores pueden obtener datos oportunos sobre juguetes y tiendas específicas, que los ayudarán a planificar adecuadamente sus compras y optimizar su presupuesto.

Los precios promedio por cadena comercial se obtienen promediando el precio registrado por PROFECO en todas las tiendas contempladas de la misma cadena en la Zona Metropolitana del D. F.

Póngase «águila» con su aguinaldo

Doce meses de labores es mucho tiempo: son más de 300 días de duras jornadas, de asistir diariamente a nuestro centro de trabajo sin importar que haga frío, llueva o el sol esté candente. Por eso al final del año bien merecemos una recompensa: esa recompensa es el **aguinaldo**, cuya segunda parte se entrega a los trabajadores al servicio del Estado en los primeros días de este mes de enero.

Dicha remuneración es el producto del trabajo diario y constante, y debe ser bien distribuida para que redunde en su bienestar personal y familiar.

Rompamos con esa tradición

Las celebraciones de diciembre y enero a veces nos dejan un mal sabor de boca: a consumo desordenado, pues en Navidad, Año Nuevo y Día de Reyes aumentan considerablemente los gastos en compras útiles e inútiles.

PROFECO le recomienda tomar en cuenta las siguientes sugerencias para aprovechar al máximo esta segunda parte de nuestro aguinaldo:

- **El aguinaldo no es un ingreso extra**, es parte de nuestro salario.

- Determine cuáles son las necesidades básicas de su familia, tales como adquisición de despensa, atención a la salud, compra de ropa y calzado, y mejora de la vivienda.

- **Identifique los requerimientos más urgentes**; platique con su familia para que, en conjunto, planeen la manera en que se distribuirá el aguinaldo.

- Destine una cantidad para pagar las deudas contraídas durante el año y no realice compras compulsivas.

- Si piensa adquirir algún aparato electrodoméstico, primero determine el precio que usted puede pagar y compare precios y calidad; le sugerimos consultar los resultados de los estudios de calidad que PROFECO lleva a cabo. Llámenos por teléfono al 568-87-22 o busque la publicación *Primeramano*, que aparece semanalmente y puede solicitar gratuitamente en cualquiera de nuestras oficinas.

- Recuerde que al realizar una operación de compraventa es indispensable exigir y conservar las notas, facturas, garantías o cualquier otro documento relacionado con la transacción.

- El «virus» de las compras irreflexivas tiene su vacuna: prever, planificar y adecuar el gasto a las posibilidades reales de nuestro aguinaldo; no derroche, no haga compras apresuradas e imprevistas, y no olvide que en estas fechas la mayoría de los precios «suben» y gastar de más es como ganar menos.

Amigo consumidor, PROFECO le ofrece una amplia gama de servicios encaminados a defender sus derechos. Si usted desea hacer uso de ellos, recuerde los teléfonos del consumidor: 91-800-903-13 para el interior de la república; en el Distrito Federal y el área metropolitana marque el 568-87-22, 211-99-66 ó 761-38-11.

Miguel G. Prieto

Tinacos domésticos: haga una buena elección

En el mercado existe una amplia variedad de tinacos domésticos fabricados con distintos materiales, capacidades, marcas y precios.

Con el objetivo de facilitarle la elección al comprar un tinaco, la **Revista del Consumidor** le ofrece enseguida una lista de características, precios y recomendaciones de mantenimiento de estos indispensables depósitos de agua.

El tipo de material

Hay tinacos fabricados a base de lámina o de fibra de vidrio; los primeros han dejado de tener demanda debido a dos causas: su desgaste ante la intemperie, y la escasa duración del material.

Dichos tinacos tienen una duración máxima de cinco a siete años, lapso en que surge la oxidación y se comienzan a observar perforaciones en la lámina. Su manejo no requiere de gran cuidado y su colocación no reporta un gasto extra. El tinaco de lámina con capacidad de 550 litros tiene un costo promedio de N$ 300.00 (*).

Por otro lado tenemos a los de fibra de vidrio, cuya desventaja es la fragilidad del material, por lo que su manejo y traslado deben efectuarse con más precaución, pues un golpe fuerte puede romper o estrellar el producto. Además, el desgaste que sufre en su interior provoca la contaminación del agua y la formación de orificios. Su tiempo de vida oscila entre los ocho y diez años.

Este tipo de tinacos posee un orificio en su base para que allí se introduzca el tubo de alimentación de agua; su instalación requiere la construcción de una base semicircular que permita el libre descenso de la tubería, lo cual representa un gasto extra.

En cuanto a la forma, los más comunes son los cilíndricos horizontales, también conocidos como «salchichón», además de los esféricos y cuadrados. Los más solicitados son los «salchichón» de 750 litros, cuyo precio promedio es de N$ 500.00; mientras que el de 1,100 litros tiene un costo promedio de N$ 650.00.

¿Qué hay con los de fibrocemento?

Estos tinacos aún se utilizan bastante. Las marcas líderes en el mercado son **Eureka**, **Mexalit** y **Versalite**; cabe apuntar que las dos últimas son marcas hermanas, por lo que algunos de sus distribuidores afirman que la calidad es la misma sin importar la marca.

El material con el que están hechos los vuelve pesados y frágiles. Esto ocasiona que su manejo, transportación y colocación exija mayor atención y cuidado.

La forma de estos contenedores es horizontal cilíndrica o de «chorizo», y su capacidad, peso y precio promedio son los siguientes: el de 400 litros, que pesa 65 kilos, fluctúa entre los N$ 300.00 y los N$ 370.00; el de 90 kilos, con capacidad para 700 litros, tiene un precio entre los N$ 410.00 y los N$ 515.00; el de 1,100 litros, cuyo peso va de 90 a 120 kilos, cuesta entre N$ 630.00 y N$ 800.00; por último, el de 1,600 litros y 175 kilos tiene un precio que oscila entre los N$ 875.00 y los N$ 1,100.00.

Este tipo de tinacos cuenta con un orificio en su base y también requiere de una construcción semicircular que permita el descenso del tubo de alimentación.

Respecto a los verticales, la capacidad, peso y precio son: 400 litros y 60 ki-

los, entre N$ 295.00 y N$ 350.00; 600 litros con 75 ó 96 kilos, de N$ 370.00 a N$ 440.00; 1,100 litros y 120 kilos, cuesta entre N$ 620.00 y N$ 732.00.

Estos depósitos también necesitan base, pero no tiene que ser de una forma en especial, basta con que sea firme y plana.

Los tinacos de asbesto-cemento tienen una larga vida, resisten las inclemencias del tiempo, no favorecen la formación de gérmenes, mantienen el agua a temperatura ambiente y su aseo no representa dificultad. Una de las marcas líderes en este campo ofrece una «garantía por 40 años».

¿Y los de polietileno?

Por último tenemos a los tinacos de plástico o «de color»; en el mercado existen por lo menos cinco marcas distintas. Cabe señalar que el polietileno es un material liviano y resistente. Gracias a estas características, su manejo, traslado y colocación minimizan los riesgos de rotura.

Estos tinacos se caracterizan por ser de color negro, lo que impide el paso de la luz y evita que se forme lama en su interior; algunos están recubiertos internamente por otra capa de polietileno de color blanco, gracias a lo cual se puede identificar con mayor claridad la pureza del agua y del depósito. Otros tienen la parte interna cubierta con pintura «de alberca»; en estos casos, el desgaste que se produce en ellos puede contaminar el agua que se bebe.

Cabe destacar que uno de estos contenedores de agua ofrece cinturones de refuerzo para evitar la deformación.

La capacidad y el precio de cada tinaco se enumeran a continuación: 450 litros, de N$ 330.00 a N$ 370.00; 600 litros, de N$ 360.00 a N$ 460.00; 750 litros, de N$ 300.00 a N$ 505.00; 1,100 litros, de N$ 500.00 a N$ 680.00; por último, el de 2,500 litros, de N$ 1,200.00 a N$ 1,500.00.

Estos tinacos pueden ser asentados en una base plana, como la superficie de la azotea. Para su instalación es conveniente que existan por lo menos 2 metros de diferencia entre la salida del tinaco y la regadera más alta de la casa; en caso de no contar con esa altura, puede construir una base con tabiques y una lona en la parte superior.

Un par de empresas los garantizan contra cualquier defecto de fabricación por cinco años.

Recomendaciones prácticas

Si va a comprar un tinaco, tome en cuenta estas sugerencias:

- Determine la capacidad que requerirá de acuerdo con el número de personas que viven en la casa; para una familia de cuatro personas se recomienda un tinaco de 450 litros; para una de ocho, el de 750; el de 1,100 litros para diez o 15 personas; y el de 2,500 para más de 15.

- Al momento de realizar la compraventa solicite su póliza de garantía; no olvide que ésta es su respaldo en caso de que se presente algún defecto de fabricación.

- Si necesita que lleven el contenedor a su domicilio, pregunte cuánto cobrarán por el flete, esto le permitirá prever el gasto y hacer un cálculo más preciso.

- Cuando le entreguen su tinaco, revíselo en presencia de quienes se lo llevaron; en caso de encontrar alguna anomalía, no lo reciba y llame cuanto antes al establecimiento donde lo adquirió.

- La instalación de estos contenedores de agua es relativamente fácil. Si usted tiene conocimientos de plomería, póngalos en práctica y ahórrese una buena cantidad; pero si no sabe cómo hacerlo corre el riesgo de romperlo o dejar fallas en la instalación. En estos casos lo mejor es llamar al plomero «de cabecera» o pedir referencias sobre alguno.

- Procure lavar su tinaco cada tres meses; no olvide que el agua potable que almacenan contiene partículas sólidas y algunos microorganismos que se asientan en el fondo.

Para limpiar su tinaco siga este procedimiento:

a) Destape el tinaco y verifique si existe acumulación de sedimentos; en caso afirmativo, inicie la limpieza.

b) Corte el suministro de agua hacia el tinaco y vacíelo, dejando unos cinco centímetros de líquido en el fondo para su limpieza.

c) Cierre la llave globo que conecta a la red de distribución. Métase al tinaco y lleve consigo un cepillo de cerdas duras (para los de fibra de vidrio o asbesto-cemento) o suaves (para los de polietileno), y una pastilla de jabón; talle las paredes y el fondo.

d) Abra la llave de nariz para retirar el máximo de sólidos asentados junto con el agua que sobra.

e) Realice la limpieza final de paredes y fondo con una jerga o trapo limpio.

f) Abra la llave de suministro y permita que escurra un poco de agua por la llave de nariz para el último enjuague, así evitará que los residuos de jabón contaminen la red principal.

g) Por último, cierre la llave de nariz y abra la llave globo que conecta al tinaco con la red de distribución.

Dulce G. Gutiérrez

(*) Precios promedio investigados durante la primera quincena del mes de diciembre de 1995.

Fuentes: Sondeo en tiendas especializadas en el ramo; Rotoplast, Plastinak y Mexalite.

¿Quiere impermeabilizar su casa?

Las goteras en el techo son uno de los problemas más comunes a los que nos enfrentamos durante la época de lluvias y seguramente usted no se ha salvado de tener que colocar cubetas y recipientes en el interior de su casa para evitar que se inunde.

Ante tal situación sólo existen dos opciones: irse a vivir al desierto o impermeabilizar su casa.

¿Solución impermeabilizante?

El objetivo principal de la impermeabilización del techo de una edificación es evitar el paso de agua o humedad.

Esto puede lograrse por diversos métodos, según la construcción de que se trate, pero con certeza podemos decir que uno de los impermeabilizantes que más se usa en la actualidad es el que contiene productos de asfalto, ya que presenta cualidades impermeabilizantes, adherentes y de penetración que constituyen un valioso elemento de protección contra el agua y la humedad.

Tipos de impermeabilizantes

Si va a impermeabilizar su casa, usted puede adquirir **productos con base de agua** o con **base solvente**, cuyas características y ventajas citamos a continuación:

* **Impermeabilizantes con base de agua:** se trata de un asfalto emulsionado que puede aplicarse en frío, es decir, tal y como viene en su envase; la aplicación se realiza con cepillo, brocha o jalador de hule, por lo que no requiere el uso de herramientas sofisticadas, y puede extenderse sobre superficies húmedas o secas.

- Este tipo de asfalto conserva su elasticidad y brinda mayor resistencia a movimientos diferenciales de la superficie donde se aplicó. Asimismo, al estar elaborado a base de asfaltos seleccionados y

refinados, tiene la ventaja de resistir climas extremosos sin perder la elasticidad, previniendo así un endurecimiento rígido en bajas temperaturas, o bien, que se reblandezca con el calor, que son las causas de su agrietamiento.

- Dichos impermeabilizantes contienen un alto porcentaje de fibras minerales, las cuales estructuran la capa asfáltica y ayudan a prevenir el agrietamiento prematuro.

- Por sus emulsificantes especiales conserva la estabilidad y homogeneidad durante su almacenamiento, lo cual evita la formación de grumos y la pérdida de plasticidad.

- En cuanto a su aplicación, se puede decir que es limpia y segura; estos impermeabilizantes no irritan la piel, no despiden emanaciones tóxicas ni perjudican a la salud; tampoco son inflamables porque no contienen solventes, y tanto la herramienta como la piel se pueden lavar fácilmente con agua y jabón.

* **Impermeabilizantes con base solvente:** contienen asfaltos seleccionados para brindar un buen comportamiento del producto en climas extremosos; estos productos ya vienen listos para usarse, se aplican en frío y no requieren de aparatos especiales.

- Una vez aplicados conservan su elasticidad sin rigidizarse ni agrietarse, y presentan una gran resistencia al intemperismo y la resequedad. La resistencia a los climas extremosos no modifica la plasticidad de la capa asfáltica, lo que ayuda a prevenir su endurecimiento en bajas temperaturas, o bien, su reblandecimiento con el calor.

- Contienen fibras y rellenos minerales que estructuran y dan consistencia a la capa asfáltica y ayudan a prevenir el agrietamiento prematuro.

- Están elaborados con solventes especiales que conservan la estabilidad y homogeneidad del producto durante su almacenamiento; además, una vez seco el impermeabilizante, puede permanecer bajo tierra y en contacto directo con el agua, asimismo puede aplicarse aunque haya posibilidad de lluvia, sin riesgo de deslave.

- En lo que se refiere a su aplicación, es limpia y segura, pero se debe tener en cuenta que si el contacto con este impermeabilizante es prolongado, puede irritar la piel. De igual forma, para limpiar sus herramientas y equipo debe utilizar solventes comunes.

¿Cómo aplicarlo?

El proceso tradicional para impermeabilizar consta de una capa primaria, posteriormente se aplica el impermeabilizante, y cuando aún está fresco es necesario adherir una membrana de refuerzo, la cual permite resistir los efectos destructivos del

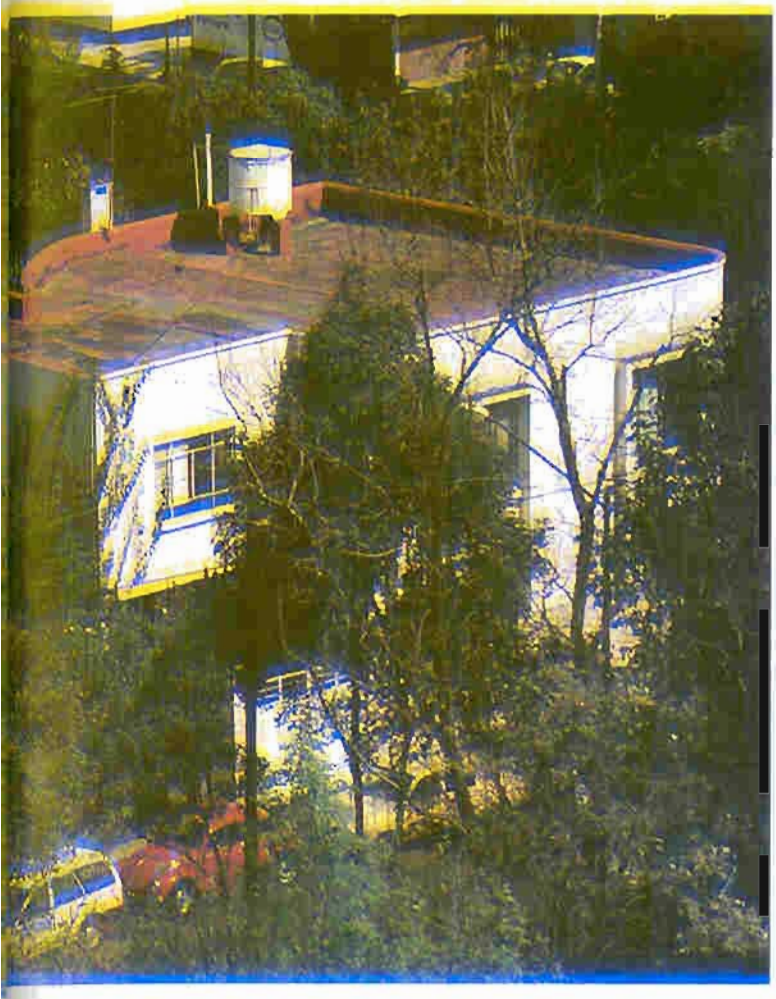
intemperismo. Una vez que ha secado -24 horas después aproximadamente- se aplica la segunda capa de impermeabilizante; en caso de que vaya a colocar algún recubrimiento pétreo (loseta, mosaico, teja, enladrillado, mortero, etcétera), estando fresca esta segunda capa debe esparcir arena cernida y limpia.

Como acabado final se aplica la pintura reflectiva, que sirve para proteger al impermeabilizante asfáltico de los rayos ultravioleta del sol, los cuales degradan los materiales impermeables y menguan sus características elásticas. Los acabados más comunes son en color blanco -el más reflectivo-, aluminio y rojo terracota.

Dónde y cuánto

Los impermeabilizantes se comercializan en tlapalerías y centros distribuidores especializados; las marcas con mayor demanda son: **Fester**, **Comex** *-Top 2000-*, **Sika**, **Imperquimia**, **Protexa**, **Proconsa**, **Impermexa**, **Critón**, **Bautech**, **Curacreto** y **Corev**, entre otras.

Los precios varían dependiendo del establecimiento. Por citar algunos ejemplos que le puedan servir como referencia le diremos que los impermeabilizantes más solicitados de la marca



Comex son: *Imper Top A*, cuyo rendimiento está asegurado si se utiliza un litro por metro cuadrado, como mínimo; se vende en presentaciones de bote con 4 litros a un precio promedio(*) de N$ 33.50, en cubeta de 19 litros a N$ 103.00, o bien, en tambor de 200 litros; el *Imper Top A reforzado* tiene el mismo rendimiento que el anterior y el bote de 4 litros le cuesta N$ 36.00, mientras que la cubeta de 19 litros tiene un precio de N$ 118.00.

La marca **Sika** le ofrece la cubeta de 19 litros de impermeabilizante *solvente* a N$ 165.20, más IVA, y el de *base agua* a N$ 99.16, más IVA.

De **Fester** usted puede encontrar *Imperfest E* en cubeta de 19 litros a un precio promedio de N$ 95.50, en tanto que el *Microfest* en presentación de 4 litros tiene un costo de N$ 38.50 y la cubeta de 19 litros N$ 118.45; su rendimiento es de 1.5 litros por metro cuadrado sin membrana, y un litro por metro cuadrado con membrana. Este producto también se comercializa en tambor de 200 litros.

En cuanto a la membrana de refuerzo, el rollo de 100 m por 1.10 de ancho, de la marca **Fester**, tiene un costo promedio de N$ 151.80 y N$ 80.50 (40 metros), dependiendo de la tela que elija.

En las distribuidoras de **Sika**, la tela cuesta N$ 160.00, más IVA, y en **Corev** el rollo asciende a N$ 140.00, más IVA.

El proceso paso a paso

Existen algunas variaciones en cuanto al método para aplicar un impermeabilizante, dependiendo de la marca elegida, sin embargo, todas coinciden en los siguientes pasos:

Preparación de la superficie: elimine las partes flojas y salientes, filosas o puntiagudas de la superficie en cuestión; asimismo, límpiela perfectamente de polvo, grasa y partículas sueltas.

Sellado y resanado de fisuras: en caso de existir fisuras, rellénelas con el resanador indicado.

Refuerzo de puntos críticos: en puntos críticos, como bases de domos, tragaluces, pretiles, antenas, chaflanes, desagües y quebres, entre otros, coloque superpuestas dos piezas sueltas de membrana de refuerzo adheridas entre sí con el impermeabilizante.

Primera capa impermeable: extienda uniformemente el impermeabilizante sobre toda la superficie, utilizando una brocha, cepillo, aspersor u otro medio apropiado.

Membrana de refuerzo: sobre la capa impermeable aún fresca, asiente la membrana de refuerzo en toda el área, estirándola para prevenir abolsamientos. Los traslapes correspondientes deberán ser de 10 centímetros.

Segunda capa impermeable: una vez seca la aplicación anterior, extienda una segunda capa uniforme de impermeabilizante sobre toda la superficie.

Acabados: se realizan con pintura reflectiva sobre la capa impermeable perfectamente seca: aplique dos «manos» de cualquiera de las pinturas indicadas, respetando los tiempos de secado entre ambas.

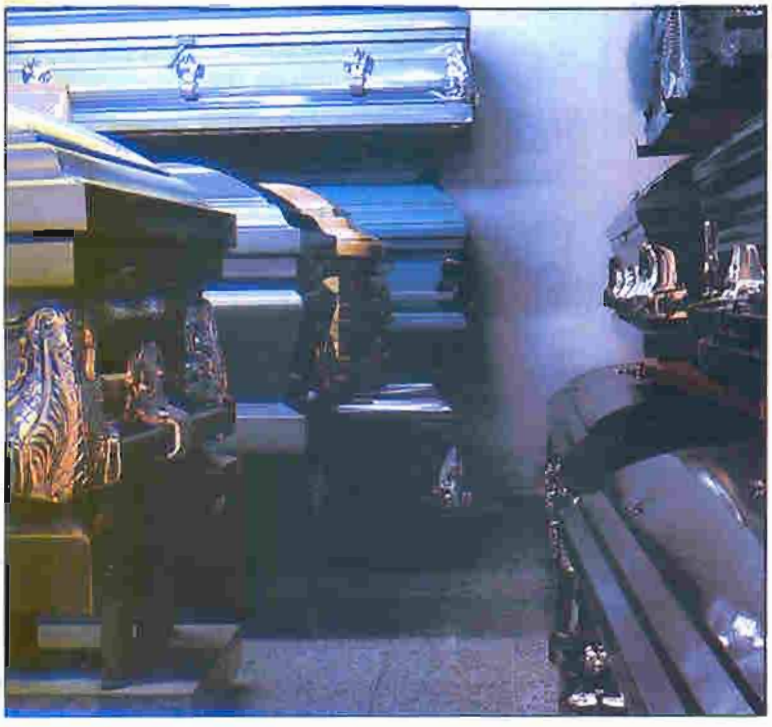
Recomendaciones para una máxima durabilidad

- Siga cuidadosamente las indicaciones de aplicación.
- Prepare correctamente la superficie.
- Refuerce los puntos críticos.
- Respete los tiempos de secado y los rendimientos por metro cuadrado especificados en los productos que adquiera.
- Nunca trate de ahorrar material adelgazando el espesor de las capas impermeables.
- Por último, proporcione mantenimiento preventivo, esto con el fin de hacer más duradera la impermeabilización.

(*) Precios promedio investigados en diciembre de 1995

Ma. de los Ángeles Trujillo

Cuando la muerte nos alcance



El deceso de un ser querido siempre constituye un hecho lamentable, muchas veces acompañado de un «rosario» de experiencias nada agradables, que acentúan la tristeza y el malestar de los deudos.

Antes de enfrentar este trance inevitable, le recomendamos prepararse. ¿Cómo? Ármese de valor, serenidad, pluma, papel y una calculadora. Esto le servirá, al menos, para saber cuánto le costará ese «último viaje»...

Servicios funerarios

Ante la pérdida de un ser querido, procure guardar la calma; mantener la «cabeza fría» en este tipo de situaciones le permitirá tomar las decisiones adecuadas. Reúna a los familiares más cercanos y lleguen a un acuerdo en aspectos como qué harán con el cuerpo, dónde lo velarán y quiénes realizarán los trámites necesarios para el funeral.

Si en vida el finado(a) dispuso qué se debía hacer con su cuerpo una vez que «el destino lo alcanzara», trate de cumplir su deseo; en caso contrario, compare y elija entre las dos opciones más comunes que hay: inhumación o cremación.

No se deje influir por la sugerencia de que «hay que darle lo mejor al difuntito, al fin que es el último gasto». Si bien es cierto que se trata del último gasto de una persona, también puede convertirse en el inicio de una serie de deudas para los que le sobreviven.

Trate de comenzar este **vía crucis** con serenidad, pues en la mayoría de las agencias lo «clasificarán» por el grado de aflicción y confusión que muestre, y es muy probable que usted esté dispuesto a aceptar cuanto servicio innecesario y oneroso le ofrezcan, con tal de dar por concluido ese «trago amargo».

La mayor parte de las agencias funerarias ofrece los siguientes servicios:

- Traslado del cuerpo, desde el hospital o la casa, hasta la capilla de velación.
- Arreglo del cuerpo (es decir, vestirlo y maquillarlo).
- Ataúd o urna para depositar las cenizas.
- Sala de velación en la agencia.
- Traslado del cuerpo y deudos, del velatorio al cementerio o crematorio, más gastos por gestoría.

En referencia a este último punto (gastos por gestoría), cabe apuntar que usted puede hacerse cargo del trámite y ahorrarse cerca de N$ 2,000.00, entre los honorarios del gestor y una que otra «propina».

Para realizar dicho trámite -considere que hay algunas variantes dependiendo de la zona del país donde se lleve a cabo- es indispensable presentar el certificado médico; con este documento y sabiendo qué fin tendrá el cuerpo, diríjase al Registro Civil, donde le extenderán el acta de defunción; este trámite puede ser inmediato o tardar alrededor de diez días. El juez le proporcionará una boleta de inhumación, con la cual podrá inhumar o cremar el cuerpo de su ser querido; cabe advertir que cuando esto suceda, usted ya tendrá que haber comprado el lote o nicho donde serán depositados los restos. Contar con la ubicación del panteón, crematorio, lote o nicho, facilitará la labor del juez al redactar la boleta; además, estos datos son condición necesaria para expedirla.

Es muy importante que usted efectúe los trámites mencionados, a fin de evitar gastos y no sufrir «crisis de identidad» en pleno sepelio, pues a veces el nombre del difunto(a) no

corresponde al verdadero; en esos casos es necesaria una «pequeña propina» para que se lleve a cabo el entierro.

Precios de ultratumba

En materia de servicios funerarios encontrará infinidad de variantes en modalidades y precios. Con el propósito de que usted conozca y elija el servicio que más se adapte a su presupuesto, enseguida le damos algunos ejemplos a manera de referencia:

El «paquete» básico de un servicio funerario promedio oscila entre N$ 4,000.00 y N$ 19,000.00, dependiendo del prestigio y la calidad de la empresa. Cabe aclarar que este precio no incluye fosa; el féretro es metálico, sin herrajes y de una sola tapa; en otros casos puede ser metálico, estándar, con doble tapa y medio cristal.

¿Inhumado con las deudas?

Si usted opta por la inhumación, le conviene saber que ante la sobrepoblación de los panteones, la mayoría de ellos ha eliminado la «perpetuidad» del lote, para dar paso al sistema de «temporalidad mínima», en el cual el cuerpo sólo podrá permanecer enterrado **siete años**. Al término de dicho lapso se tendrá que exhumar lo que de él quede, lo cual desde luego representa otro gasto.

Si su situación económica le permite comprar un lote a perpetuidad, éstos son los precios:

Si busca un lugar «exclusivo» y «novedoso», encontrará cementerios con edificaciones verticales, que cuentan con criptas en la superficie -una especie de gavetas superpuestas-: allí se introduce el féretro en posición horizontal, como si se tratara de un cajón. En el exterior, el primer nivel -a ras del suelo y hasta una altura de .80 metros- tiene un precio promedio de N$ 35,000.00; y el último nivel -6 m de altura- cuesta aproximadamente N$ 12,000.00. Si la prefiere en el interior y resguardada de la intemperie, el primer nivel tiene un precio de N$ 52,000.00, y el último nivel posee un costo cercano a los N$ 18,200.00. Cabe mencionar que algunos de estos cementerios albergan en su interior sitios más exclusivos, como la «rotonda», donde el precio del primer nivel fluctúa entre N$ 69,000.00 y N$ 103,000.00; y en el último nivel los precios oscilan entre N$ 24,000.00 y N$ 51,000.00.

Una vez que ha elegido entre la **cripta** o la **fosa**, todavía falta la adquisición del féretro, elemento que

Póngase vivo

Con el objetivo de que sus derechos no sean «enterrados», ponemos a su consideración los datos que la Norma Oficial Mexicana **NOM-036-SCFI-1994** establece como elementos informativos para la contratación de los servicios funerarios en todo el país:

- La obligación de pago en moneda extranjera contraída al contratar un servicio dentro o fuera del país se debe solventar entregando moneda nacional de acuerdo con el tipo de cambio que rige en el lugar y en esa fecha.
- El contrato debe estar redactado en español y ser legible.
- La información o publicidad que tenga la finalidad de promover los servicios de las agencias funerarias o panteones no debe provocar error o confusión respecto a ellos; además debe citar esta norma, ya sea para servicios de uso inmediato o a futuro.
- Las agencias funerarias deben poner a disposición del público contratante un manual o instructivo que contenga información clara y precisa sobre los trámites que permitan agilizar y garantizar el servicio.
- Todas las agencias deben ofrecer información sobre las diversas opciones: de pago; de servicios funerarios individuales o colectivos; locales o foráneos; si son de utilización inmediata o a futuro; **así como el desglose de todos los conceptos y cobros, o derechos** por cada uno de los servicios funerarios.
- Cada contrato presentado ante la Procuraduría Federal del Consumidor y ante el contratante debe contener como mínimo la siguiente información:

a) Nombre y domicilio de la agencia funeraria o del concesionario o, en su caso, de ambos.

b) Lugar donde se prestan los servicios funerarios.

c) El tipo de servicio funerario o paquete a contratar y la descripción correspondiente.

d) La obligación de la agencia funeraria o del concesionario de hacer efectivo el derecho de uso de los servicios funerarios solicitados.

e) Cuando las operaciones se realicen a crédito se establecerá el pago de intereses, la determinación del procedimiento para el cálculo de los mismos y la forma en que deben ser liquidados por el contratante.

f) Determinar con exactitud el lugar donde permanecerán los restos de forma temporal o definitivamente, así como la duración de la venta de derechos de uso de lotes de panteón o cementerio.

- Las agencias o concesionarios deben indicar si la cripta, nicho, fosa, osario, gaveta y monumentos funerarios están construidos o en proceso de construcción; de igual forma, deben indicar si cuentan con permiso de las autoridades correspondientes.
- La venta de uso de derechos de lote debe contar con la autorización correspondiente.
- Descripción de las fianzas y/o garantías que se otorgan al contratante.
- La indicación de que el contratante puede ceder sus derechos, informándole los pasos a seguir.
- El requisito de que el contratante indique cuando menos dos beneficiarios.
- La leyenda «El contratante, dentro de un plazo de 5 días hábiles contados a partir del siguiente día hábil al de la firma del contrato, puede cancelar la contratación de los servicios funerarios, sin que sufran menoscabo los pagos que haya realizado a la fecha», sin perjuicio de que el prestador de los servicios puede ampliar este plazo.

Fuente: Dirección General Jurídica Consultiva, PROFECO.

determinará en gran medida el costo total del servicio funerario. Al respecto, hay ataúdes económicos que van de los N$ 3,000.00 a los N$ 5,000.00; asimismo, los hay chapeados en oro y con un increíble precio de N$ 190,000.00 o más.

En caso de cremación

Aun cuando vaya en contra de muchos preceptos de tipo religioso, la cremación parece ganar adeptos, debido quizá a su bajo precio -si se compara con una inhumación- y a que sus trámites son sencillos e inmediatos. Por ejemplo, el costo de dicho servicio oscila entre N$ 3,000.00 y N$ 10,000.00.

Ahora bien, las cenizas requerirán depositarse en su **urna**, cuyo precio puede ir de lo módico a lo inverosímil: las más económicas -que pueden ser de plástico o piedra ordinaria- cuestan de N$ 1,000.00 a N$ 5,000.00; las de acrílico fluctúan entre los N$ 2,000.00 y los N$ 7,000.00; las de maderas preciosas -como cedro o caoba - tienen un costo de N$ 5,000.00 a N$ 40,000.00; o si lo prefiere, las hay de plata o chapeadas en oro, cuyos precios se sitúan entre los N$ 40,000.00 y los N$ 60,000.00.

Existen urnas que nada tienen que envidiarle a una escultura de Rodin o Miguel Ángel; por ejemplo, una reproducción de «La Piedad» tiene un costo de N$ 70,000.00; si lo desea las hay más originales, como una piedra con delfines incrustados, en actitud de elevarse al cielo, con un precio de ¡N$ 90,000.00!

Tras la cremación y luego de haber elegido la urna más conveniente, se debe escoger el nicho donde reposarán las cenizas de su ser querido. Estos nichos se encuentran en panteones e iglesias con precios y características muy variados.

En un panteón de cierto prestigio, un nicho ubicado en el primer nivel -el de más fácil acceso para los visitantes y, por ello, el más solicitado- tiene un costo de N$ 10,000.00; en el caso del último nivel la cifra puede descender hasta los N$ 4,000.00.

En panteones de segunda clase o iglesias, los nichos tienen un valor menor, mismo que oscila entre N$ 3,000.00 y N$ 5,000.00; huelga decir que los precios de nichos en iglesias importantes -catedrales o en la Basílica de Guadalupe-, o bien, ubicadas en zonas residenciales, se incrementan significativamente, y el principal problema es que rara vez cuentan con espacio disponible o sólo puede conseguirse mediante traspasos.

Conviene aclarar que el costo total del servicio funerario dependerá de la clase de urna que usted elija; en el caso de la inhumación, algunas agencias rentan el ataúd por N$ 500.00 aproximadamente, aunque también se acostumbra comprarlo y posteriormente donarlo a una institución de asistencia pública.

Asimismo, si después de la cremación usted decide esparcir las cenizas en un sitio determinado, o bien, conservarlas en casa, evitará gastos importantes.

Otro detalle del sepelio que debe considerar es el número de personas que asistirá al servicio funerario, para que usted determine cuál será la sala de velación más conveniente; verifique también que el lugar cuente con sanitarios, líneas telefónicas y, de ser posible, cafetería y estacionamiento.

Le recomendamos que le solicite a algún familiar que se haga cargo de adquirir los arreglos florales necesarios, aun cuando muchos de los asistentes suelen acudir con flores. Como referencia le informamos que los arreglos que comercializan las florerías cercanas a las agencias funerarias generalmente tienen precios muy por encima de lo esperado; por ejemplo, un arreglo pequeño de crisantemos cuesta N$ 50.00; uno grande N$ 100.00; y ni qué decir de las clásicas «coronas», que fluctúan entre los N$ 80.00 y N$ 200.00.

Por último, si usted desea que se rece alguna misa en la sala de velación o en el cementerio, indague los precios del servicio religioso y encomiende a alguien este trámite.

Cuando el destino nos alcance

Ésta es sólo una «pequeña lista» de los muchos servicios que se suelen contratar cuando alguien fallece. Para ahorrarse malos ratos, gastos, disgustos y deudas, conviene informarse previamente visitando algunas agencias funerarias y panteones, a fin de comprar con anticipación los «paquetes» funerarios, el lote, la cripta y el nicho a utilizar, según se tenga decidido.

Si bien es cierto que invariablemente nos resistimos a pensar en el fallecimiento de algún familiar, amigo, o en el propio, también es verdad que resulta útil y recomendable hacer un esfuerzo adicional y destinar cierta cantidad de dinero cada mes o bimestre en favor de una cuenta de ahorro para este fin. Esto le ayudará a tener una «reserva» ante la sorpresiva aparición de la muerte.

En caso de no poder contar con un «guardadito», infórmese sobre los servicios que prestan algunas instituciones públicas del Sector Salud -ISSSTE o IMSS-; no olvide que sus precios sí están al alcance de la mayoría de la población.

Finalmente, si se ha decidido por algún plan funerario a futuro, trate de asesorarse en PROFECO para evitar que le «incineren» sus derechos o «se pasen de vivos» con los cobros.

Dulce G. Gutiérrez

Fuentes: -Sondeo de mercado; Agencia Eusebio Gayosso; Agencia J. García López; Mausoleos del Ángel; Funerales Gante; oficinas de panteones y juzgados del Registro Civil.

Laboratorios de análisis clínicos

¿Sabía usted que los laboratorios de análisis clínicos no sólo permiten corroborar las sospechas del médico sobre la posible enfermedad de su paciente, sino que también contribuyen a la llamada «medicina preventiva» para hacer un diagnóstico en diferentes etapas de la vida del individuo?

Ante su importancia en el quehacer médico, la **Revista del Consumidor** quiso averiguar las características que deben cumplir dichos establecimientos para que los consumidores puedan elegir aquel que brinde los resultados en forma confiable y oportuna.

Tipos de laboratorios

En nuestro país, los laboratorios se catalogan en tres niveles:

Primer nivel: atiende a un reducido número de pacientes, trabaja de seis a siete horas diarias, el número de pruebas que ofrece es limitado y el personal no es altamente calificado, sin embargo, el responsable del establecimiento debe tener licenciatura de QFB (químico-fármaco-biólogo) o similar.

Segundo nivel: da servicio de 14 a 16 horas, lleva a cabo alrededor de 50 pruebas, atiende a un mayor número de pacientes, y el responsable debe ser un QFB o similar.

Tercer nivel: se caracteriza por brindar servicio las 24 horas del día, cuenta con 300 pruebas como mínimo, su tecnología es más avanzada y de tipo computarizado, y el responsable debe ser altamente calificado por las autoridades competentes.

El número de áreas que tiene un laboratorio depende del nivel en que se clasifique, pero las principales son: hematología, bioquímica, parasitología, bacteriología y urianálisis, las cuales deberán estar aisladas entre sí. Ciertos lugares cuentan con rayos X, ultrasonografía y medicina nuclear.

También existen algunos que proporcionan un servicio adicional: el envío de muestras a laboratorios extranjeros, debido a que aquí no poseen la tecnología necesaria; generalmente se trata de análisis rara vez solicitados y, por tanto, poco costeables. No obstante cabe destacar que en México hay varios (denominados «laboratorios de referencia») que pueden efectuarlos.

Más vale prevenir que lamentar

El laboratorio es una herramienta medular en la me-

dicina preventiva, que puede ayudar al paciente -a través del médico- a tratar de forma inmediata, oportuna y confiable alguna disfunción orgánica que quede de manifiesto en el resultado de los análisis.

En opinión de la QFB Graciela Nava Díaz, catedrática de la Facultad de Química de la UNAM, es necesario mencionar que, comercialmente hablando, los laboratorios clínicos privados funcionan de manera diferente en nuestro país, lo que nos permite clasificarlos en dos grupos: el primero acostumbra retribuir económicamente a los médicos que envían a sus pacientes allí. Esta práctica (conocida como «dicotomía del médico») es normal en muchos países; no es mala en sí misma, pero puede prestarse a que algunos galenos soliciten la elaboración de exámenes innecesarios para el paciente, lo cual se traduce en un gasto mayor.

El segundo grupo tiene por norma **no dar comisiones económicas a los médicos que les envían pacientes**, con la convicción de que en ausencia de estas prácticas comerciales entre el galeno y el laboratorio, los exámenes que se soliciten serán realmente los necesarios para un buen diagnóstico.

Enseguida le presentamos las pruebas que convendría realizarse en diferentes etapas de la vida, siempre bajo prescripción y supervisión médica:

- **Prueba prenatal:** con una muestra del líquido amniótico de la madre se puede saber si el producto no presenta malformaciones. También se buscan sustancias que hagan patente la rubéola o si el feto muestra alteración a nivel genético.

- **Prueba neonatal:** detección en la sangre del recién nacido de la hormona estimulante de la tiroides, y de deficiencias de enzimas, para evitar o corregir algunas enfermedades que podrían presentarse posteriormente.

- **Perfil reumático:** descubre enfermedades autoinmunes, artritis, etcétera.

- **Perfil hepático:** monitorea hepatitis; diagnostica cirrosis y cáncer de hígado, entre otros.

- **Detección de cáncer de próstata:** prueba indicada para varones de 40 años en adelante.

- **Papanicolau vaginal:** deberá realizarse por lo menos una vez al año en las mujeres con vida sexual activa, y en especial en aquellas que se encuentran en la etapa de la menopausia.

-**Perfil ejecutivo:** se recomienda a personas de mediana edad para detectar diabetes, infarto cardiaco, infecciones, colesterol elevado, además de otros padecimientos.

Sondeando el mercado

Con el propósito de que nuestros lectores tengan un parámetro del costo de algunos de los análisis clínicos más solicitados, la **Revista del Consumidor** investigó en varios laboratorios y esto es lo que encontró:

- **Exámenes prenupciales:** ponen de manifiesto enfermedades contagiosas o irreversibles; la única indicación para el paciente es que se presente en ayunas y lleve dos fotografías tamaño infantil. El precio fluctúa entre N$ 36.00* y N$ 40.00. Es necesario señalar que en el D. F. se pide, además del examen, una radiografía del tórax, que tiene un valor aproximado de N$ 120.00.

- **Examen general de orina:** permite conocer si la persona es diabética o propensa a esta enfermedad; detecta infecciones en vías urinarias, problemas renales, hepáticos, etcétera. Es necesario presentar la primera orina de la mañana; el costo promedio es de N$ 30.00 a N$ 35.00. Todas las muestras deberán llevarse en recipientes limpios.

- **Prueba de embarazo:** se deposita en un recipiente limpio la primera orina de la mañana (de N$ 40.00 a N$ 45.00).

- **Química sanguínea:** determina la glucosa, el ácido úrico, la urea y la creatinina; el paciente tendrá que ir en ayunas (de N$ 160.00 a N$ 220.00).

- **Papanicolau:** ayuda a encontrar células malignas en la vagina, estupo y uretra. Sin indicación previa (de N$ 97.00 a N$ 145.00).

- **Sida:** permite saber si el paciente es seropositivo para el virus de Inmuno Deficiencia Humana (VIH). Para practicarse este tipo de estudio es necesario presentarse en ayunas (el

precio oscila entre N$ 140.00 y N$ 180.00).

- **Colesterol:** sirve para valorar el metabolismo de lípidos; es conveniente acudir con un ayuno de 12 a 14 horas (de N$ 40.00 a N$ 60.00).

Medidas de seguridad

«Hoy en día -manifiesta la QFB Graciela Nava Díaz-, tanto por convicción personal como por obligación legal, se debe utilizar material esterilizado y desechable; además, antes de depositarse en la basura nuevamente tendrá que esterilizarse todo el material, para eliminar virus y bacterias, y confinarse en frascos duros de vidrio o plástico.

«Los laboratorios de análisis clínicos se encuentran sujetos a todas las disposiciones de seguridad que establece la Secretaría de Salud, la Secofi y la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

«Cabe mencionar que el manejo, almacenamiento y disposición de los residuos de laboratorio es de suma importancia para la seguridad del propio laboratorio y para la conservación del ambiente».

Un residuo se considera peligroso cuando, debido a su cantidad, concentración o características físicas, químicas o infecciosas, puede causar o contribuir significativamente a un incremento de la mortalidad, o provocar un daño o incapacidad irreversible, o poseer sustancias dañinas para la salud humana y el ambiente, cuando son impropiamente manejados, tratados, almacenados o dispuestos.

Por lo anterior, los laboratorios de análisis clínicos pueden utilizar diferentes tecnologías para tratar los residuos peligrosos antes de su disposición final; el objetivo principal es la modificación de las propiedades físicas o químicas de los desechos. Para disminuir la cantidad de sustancias tóxicas o eliminarlas se emplea: un tratamiento biológico, absorción con carbón, decloración, incineración, neutralización, oxidación o precipitación. Cualquier método que se seleccione debe ser absolutamente seguro, aunque todos tienen un nivel de riesgo asociado.

En lo que respecta al consumidor, le recomendamos elegir un laboratorio de análisis clínicos que cumpla con estos requisitos:

- Observe la presentación y la limpieza del inmueble; verifique que las principales tarifas se muestren a la vista del público.

- El personal deberá ser calificado y estar entrenado adecuadamente para atender al público (el grado mínimo de estudios de la persona que tomará la muestra deberá ser de técnico laboratorista).

- Al momento de obtener los diferentes materiales biológicos o la sangre, cerciórese de que el equipo sea desechable y esté esterilizado.

- Los laboratorios deben tener un adecuado control de calidad, tanto interno como externo. El interno abarca lo referente a los reactivos, el personal, la tecnología y el material.

- El control externo consiste en monitorear los resultados y las determinaciones químicas, físicas o biológicas de diferentes muestras, comparándolas con otros laboratorios del país o extranjeros.

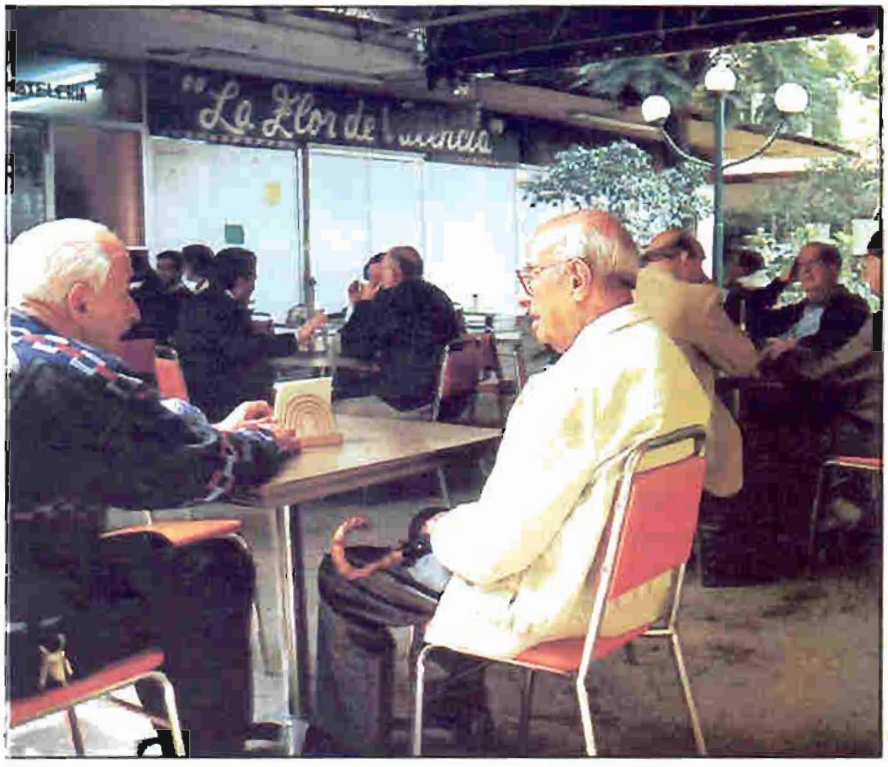
Amigo lector, evítese momentos desagradables al contratar los servicios de laboratorios de análisis clínicos poco profesionales, ya que un diagnóstico equivocado podría poner en riesgo su salud. Compare precios, pero sobre todo cerciórese de la calidad del trabajo del laboratorio que ha elegido.

Ante cualquier anomalía diríjase a la oficina de PROFECO más cercana a su domicilio, o bien, llámenos al 568-87-22, donde con gusto lo atenderemos.

Leticia Muñoz

(*) Precios monitoreados durante diciembre del año en curso.

Alimentación para los ancianos



Todos los periodos de la vida, desde la niñez hasta la vejez, requieren ciertos cuidados y previsiones en la alimentación con el fin de mantener una salud óptima. Gracias al aumento en el promedio de vida, la población compuesta por gente mayor constituye una parte muy importante y numerosa dentro de nuestra sociedad.

El estado de nutrición de las personas de la tercera edad está condicionado por una serie de factores, como el grado de integración familiar y social, condiciones económicas, impedimentos de tipo físico o mental, trastornos digestivos o la existencia de una patología que limite o dificulte una alimentación normal.

A esa edad, los hábitos alimentarios ya se encuentran configurados desde hace un buen tiempo y han ejercido una gran influencia sobre la salud del individuo; a medida que los seres humanos envejecen se produce una reducción progresiva en el metabolismo, la actividad física y el desempeño laboral, por lo que disminuye el gasto energético.

Por ejemplo, entre los 65 y los 74 años -edad promedio de la ancianidad- se reduce en un 20 por ciento. Si no hay paralelamente una reducción de la ingesta alimenticia, se originaría obesidad y está demostrado que un peso superior al normal acorta sensiblemente la posibilidad de vida, además de restarle agilidad al sujeto.

La dieta para el anciano

Las características básicas de la dieta del anciano son un suficiente aporte calórico (acorde con sus necesidades) y proteínico que, de no haber contradicción, deberá ser de un gramo por kilo de peso; una ingestión moderada de carbohidratos, muy pocas grasas (con predominio de los aceites sobre las grasas animales) y abundancia de vitaminas y minerales.

El consumo de grasas no es recomendable porque causa indigestión en las personas de edad debido a la reducción de flujo de jugos gástrico, hepático y pancreático, necesarios para la asimilación de las grasas, además de contribuir a los problemas relacionados con el colesterol sanguíneo. Su «energía concentrada» no es necesaria para los requerimientos reducidos del anciano.

El calcio y el hierro son impor-

tantes en la dieta, ya que la absorción y la utilización de los minerales no es tan eficiente como en los jóvenes.

Las principales limitaciones en una alimentación normal del anciano serían:

* Presencia de una enfermedad metabólica (diabetes, gota).

* Disminución de la capacidad renal para excretar sustancias nitrogenadas.

* Pérdida del apetito como factor psicológico.

* Restricción salina por problemas cardiovasculares.

* Los sentidos del gusto y el olfato se modifican provocando un aparente cambio de sabor en la comida. En muchos casos, las únicas papilas que mantienen su función aguda son las que registran los sabores dulces.

* La reducción en la actividad de las glándulas salivales causa resequedad en la boca, haciendo difícil masticar y deglutir. La pérdida de los dientes es otro factor que obstaculiza las acciones de morder y masticar.

* Los problemas digestivos incluyen debilidad del movimiento intestinal y reducción de la secreción de enzimas digestivas.

Sencilla y variada

La alimentación de la persona de la tercera edad debe ser **sencilla, variada, digerible, sin condimentos fuertes y que proporcione suficientes residuos.** Algunos comestibles que cumplen con estos requisitos son:

- Carnes tiernas, de preferencia magras, como pescado y pollo (picadas y molidas si hay defectos de masticación).
- Huevo, quesos frescos y no fermentados.
- Verduras tiernas crudas o cocidas.
- Leche (íntegra -siempre y cuando se tolere- o descremada).
- Cereales o harinas precocidas.
- Pastas finas para sopas.
- Arroz y legumbres en puré.
- Pan (blanco o integral).
- Frutas maduras o cocidas.
- Líquidos abundantes para facilitar la excreción renal de los productos nitrogenados (agua, zumos, caldos) y limitar la ingestión de sal.

Al planear una dieta para el anciano se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Suprima alimentos que puedan causar trastornos digestivos, como col, frituras, aderezos, mayonesas y salsas.
- Sirva un platillo caliente en cada comida.
- Si la comida principal se sirve al mediodía y por la noche solamente se ingiere una cena ligera habrá menos trastornos digestivos y el sueño no sufrirá alteraciones.
- Prepare los alimentos en forma sencilla.
- Una taza de leche tibia a la hora de dormir a menudo ayuda a inducir el sueño.
- Las personas mayores deben tomar abundantes líquidos, de preferencia tibios: el té y el caldo calientes entre comidas o con los alimentos ayudará a aumentar su ingesta de líquidos.
- Las comidas deberán ser atractivas en color, textura y sabor para abrir el apetito.
- Sirva raciones más pequeñas.

Al margen de un esquema dietético, la comida del anciano debe caracterizarse por ser un momento agradable, pues el acto de comer tiene un profundo significado social.

Miguel G. Prieto

Fuentes: -R. Pepillo Picasso. Dietética Razonada. Edit. Marba.
-Biblioteca del Instituto Nacional de la Nutrición.
-Biblioteca Central, UNAM.

Alergias por alimentos: ¿y eso con qué se come?

Uno de los placeres cotidianos que la naturaleza nos brinda es el de degustar exquisitos alimentos, pero existen ciertos comestibles cuyo consumo desencadena una respuesta inmunológica o de rechazo en el organismo (especialmente entre los niños). Este tipo de reacción se puede manifestar con una ligera urticaria, o implicar problemas más graves, como un *shock*. Dicha alteración tiene orígenes y consecuencias que vale la pena conocer y tener en cuenta.

Qué es una alergia

La doctora Judith Gutiérrez, médico pediatra-nutriólogo del Instituto Nacional de la Nutrición, nos comenta que «las alergias son aquellas reacciones causadas por la ingestión de un alimento, que se manifiestan como un conjunto de síntomas clínicos producidos a partir de una respuesta inmunológica.

«Es importante diferenciar -continúa la doctora Gutiérrez- entre una alergia alimentaria, la cual necesariamente es de origen inmunológico, y la intolerancia a los alimentos, que implica la incapacidad del organismo para aceptar cierto producto.

«El diagnóstico de las alergias es complicado, por lo que su incidencia es difícil de estimar; sin embargo, en términos generales se considera que entre el 1 y el 6 por ciento de la población infantil presenta este problema, que puede llegar hasta el 25 por ciento en niños con dermatitis atópica (alérgica)».

¿Por qué se producen?

La aparición de las alergias puede tener su origen en muchos tipos de alteraciones. Por ejemplo, en los niños con bajo peso al nacer o después de sufrir una alteración gastrointestinal, la barrera de la mucosa intestinal no se encuentra íntegra, lo cual permite que muchas macromoléculas de alimento se absorban intactas; si además existen antecedentes en la familia, es muy probable que la alergia se manifieste.

Vale la pena mencionar que los factores genéticos pueden determinar la afinidad de los anticuerpos producidos y el tipo de complejo inmunológico formado.

Como mencionábamos, hay muchos factores involucrados en la aparición de la hipersensibilidad alimentaria o alergia: gracias al proceso de masticación, los alimentos se dividen en fragmentos muy pequeños para su digestión, llegando al aparato digestivo en forma de macromoléculas que no son digeridas totalmente y, en ocasiones, pueden absorberse intactas, lo que estimula la produc-

ción de inmu-noglobulinas y las repuestas inmunes a través de las células. Si estos alimentos (alérgenos) son ingeridos por segunda ocasión, se forma un complejo inmune que reaccionará ante la presencia de dichas moléculas.

Dependiendo de su tamaño, estos compuestos pueden ser eliminados del organismo a través del tejido, el riñón o la piel. En el caso de la piel, el depósito de complejos inmunes da lugar a respuestas patógenas, como el eccema (inflamación y enrojecimiento de la piel en las coyunturas, acompañados de urticaria y comezón).

Síntomas y manifestaciones

Las manifestaciones de la alergia alimentaria pueden aparecer en cualquier órgano: «En los niños muy pequeños los síntomas gastrointestinales son los más frecuentes -menciona la doctora Judith Gutiérrez-; entre ellos destacan el cólico, el vómito, la diarrea, la presencia de sangre en las heces, la náusea, la mala absorción y la pérdida de proteínas corporales. En niños más grandes suele aparecer el eccema, la urticaria y otras erupciones.

«Los síntomas respiratorios, como estornudos y resuello, son raros como respuesta alérgica a los alimentos -aclara nuestra entrevistada-; también es muy rara la aparición de artritis y migraña, sin embargo se deben tener presentes en el interrogatorio de exploración al paciente».

Cuáles son los alimentos que causan alergia

Aún no se sabe con exactitud por qué ciertos alimentos producen más reacciones alérgicas que otros. En los bebés, los alimentos comúnmente involucrados son: **leche de vaca, huevo, cacahuates, pescado, trigo,** y **algunas leguminosas** (como la **soya** y el **frijol**).

En ocasiones también las **fresas, chocolates, avellanas, tomates** y **piñas** se incluyen en la lista de alimentos alérgenos, aun cuando solamente son responsables del 1 por ciento de las alergias alimentarias.

En lo que respecta al diagnóstico, la doctora Judith Gutiérrez señala que «es muy fácil determinar el padecimiento cuando la reacción ocurre después de la ingestión de un alimento **poco frecuente en la dieta**, como es el caso del angioderma, que aparece una hora después de comer mariscos. Sin embargo, si la reacción surge tras haber ingerido un alimento habitual, el diagnóstico es más difícil. Por ejemplo, una erupción en la piel que aparece ocho o 12 horas después de haber consumido leche o pan complicará el diagnóstico.

«En estas situaciones -añade la doctora Gutiérrez- puede aplicarse una gran variedad de pruebas, sin embargo, lo que dejará de manifiesto que se trata de una alergia será la mejoría del cuadro clínico como resultado de la suspensión del alimento responsable, y la aparición de los síntomas al reintroducirlo».

Recomendaciones

Dado que existe una gran cantidad de pacientes con problemas de hipersensibilidad que puede reaccionar ante proporciones muy pequeñas de alimento, el comestible que cause la alteración debe ser eliminado de la dieta en forma definitiva.

* Cuando se trata de productos poco frecuentes en la alimentación habitual su eliminación es sencilla, pero puede resultar complicada cuando se trata de alimentos básicos. En estos casos es recomendable contar con la asesoría de un nutriólogo a fin de encontrar una variedad adecuada de opciones alimenticias.

* Un método de prevención muy importante es la práctica de la lactancia materna. Entre más prolongada sea (más de cuatro meses), la protección será mayor, pues promueve la maduración de la barrera intestinal y, por lo tanto, reduce la absorción de macromoléculas.

* Los alimentos altamente alérgenos no se deben suministrar antes de que el niño cumpla un año de edad: en el caso particular del cacahuate, que causa reacciones muy severas, es recomendable posponer su consumo hasta después de los tres años de vida.

* Otras prácticas preventivas incluyen la eliminación del hábito del tabaco y evitar la convivencia con animales. Estas medidas han demostrado su efectividad, además de resultar prácticas y muy sencillas de aplicar.

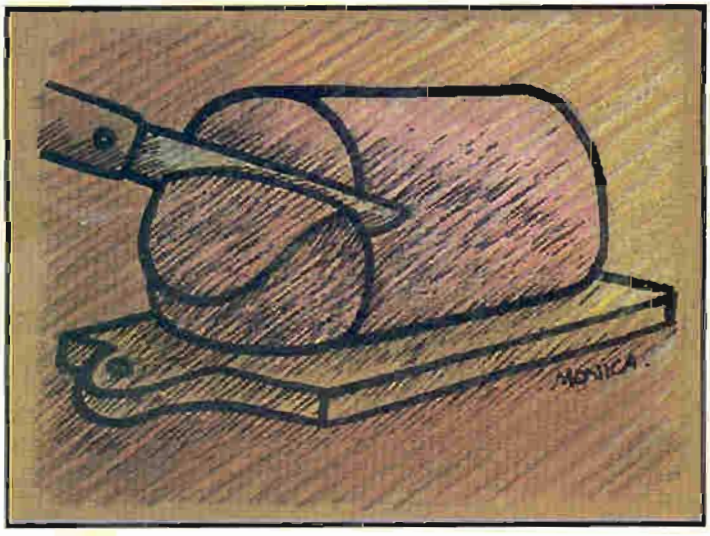
* Cuando descubra algún síntoma de alergia en su niño, no dude en acudir al especialista para que le prescriba el tratamiento médico indispensable.

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Instituto Nacional de la Nutrición.
-Secretaría de Salud.

Cómo elaborar jamón cocido

Entre los alimentos que consumimos con frecuencia destacan los embutidos, que por lo regular compramos en el mercado a precios elevados. Para que usted ahorre dinero, enseguida le explicamos cómo puede preparar jamón cocido.



Ingredientes

-1 kilo de bisteces de pierna de cerdo (deben estar muy bien aplanados, casi desgarrados)

-2 cucharaditas de sal común

-1 cucharadita de azúcar

-1 pastilla de vitamina C (ácido ascórbico) pulverizada

-1 cucharadita de fosfato de sodio* (disuelta en una tercera parte del agua)

-1 pizca de nitrito de sodio o sal de cura* (aproximadamente 0.2 g por kg de carne)

-1 1/2 tazas de agua

* Estos ingredientes se pueden adquirir con proveedores de empacadoras de carnes frías.

Preparación:

- Prepare una salmuera para curar la carne disolviendo la sal, el azúcar, la vitamina C, el fosfato de sodio y el nitrito de sodio en 1 1/2 tazas de agua.

- Limpie los bisteces separando la grasa y los tendones, y colóquelos en un recipiente de plástico o de vidrio.

- Posteriormente agregue la salmuera; mezcle todo muy bien con una pala de madera, ejerciendo una ligera presión sobre la carne.

- Para que se cure la carne coloque el recipiente, sin tapar, dentro del refrigerador (debajo del congelador) durante 12 ó 16 horas.

- Es recomendable remover la mezcla con la pala cada cinco o seis horas y mantenerla en refrigeración.

- Transcurrido el tiempo de curado, vacíe el contenido del recipiente en una bolsa de plástico -de 25 x 35 cm-, comprimiendo la carne. Cierre la bolsa haciendo un nudo y refuércelo con un hilo de manera que quede lo más apretado posible.

- Posteriormente introduzca la bolsa con la carne en una olla de agua hirviendo, procurando que quede totalmente sumergida. El tiempo de cocción es de 70 minutos a partir de que el agua hierva nuevamente ya con la carne.

- Al finalizar la cocción, enfríe el jamón bajo el chorro del agua y refrigérelo durante una o dos horas; una vez frío estará listo para su consumo.

A continuación le proporcionamos algunas recomendaciones para la preparación de este alimento:

- Es importante que la persona que prepara el jamón, así como el área de trabajo y los utensilios para su elaboración estén perfectamente limpios para que el producto no se contamine.

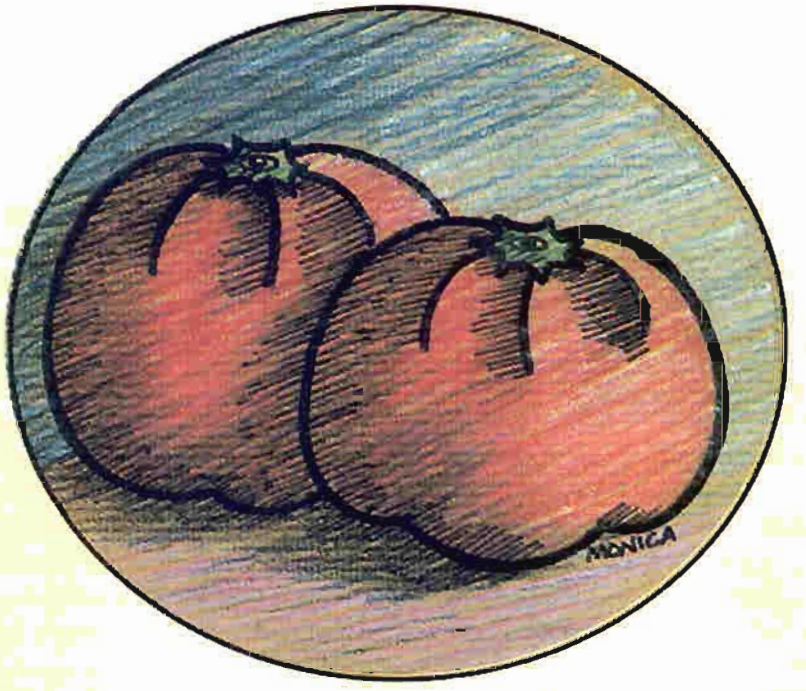
- Asimismo, para evitar la presencia de sabores desagradables, use solamente recipientes de plástico o de vidrio durante el curado de la carne.

- Si al embutir el jamón en la bolsa aparecen burbujas de aire en la superficie, elimínelas haciendo un pequeño orificio con un alfiler. Estas burbujas que se acumulan durante la cocción propician que el producto se tiña de verde.

Fuente: PROFECO.

Cómo hacer salsa de jitomate tipo catsup

Si a usted le gusta adquirir salsa de jitomate tipo catsup en la tienda de la esquina o en los supermercados, le sugerimos que en lugar de comprarla, la prepare en su propia casa y ahorre muchos nuevos pesos.



Ingredientes

- 450 gramos de puré de jitomate
- 2 cucharaditas de azúcar
- 1 cucharadita de sal
- 1 cucharadita de cebolla en polvo
- 1/4 de cucharadita de ajo en polvo
- 1 raja de canela
- 1 clavo de olor
- 5 cucharadas de vinagre blanco

Preparación:

- Coloque el puré de jitomate en un recipiente de peltre o de acero inoxidable y añada todos los ingredientes, menos el vinagre.

- Cueza a fuego lento durante tres minutos; agregue el vinagre y hierva un minuto más.

- Procure no mover mucho la mezcla durante el proceso.

- Cuele la salsa y envásela en caliente, utilizando frascos previamente hervidos durante 15 minutos.

- Para esterilizar el producto ya envasado, hierva los frascos durante 15 minutos. Sáquelos y déjelos enfriar a temperatura ambiente.

- Anote en una etiqueta la fecha de elaboración. La salsa se conservará en buenas condiciones durante tres meses.

Agregue la salsa catsup en guisados, ensaladas, aderezos, antojitos, etcétera.

Fuente: PROFECO.

¡Aguas con el agua!

El suministro de agua potable es uno de los grandes beneficios con los que podemos contar en nuestro país. Sin embargo, la mayoría de la gente no valora este servicio ni toma conciencia del gran esfuerzo que representa llevar a cada casa este vital líquido.

Nada es fácil...

Para atender a la población que cuenta con el servicio de agua potable, los organismos operadores dependientes de los municipios o de los estados suministran un caudal de **250 mil litros por segundo**; de esta cantidad, el **95 por ciento se desinfecta** para abatir sensiblemente la mortalidad, sobre todo en menores, ocasionada por enfermedades gastrointestinales.

Para contribuir al abastecimiento de agua potable es necesario recurrir a fuentes externas, lo cual nos da una idea de la forma en que actualmente escasea este recurso.

Para comprender el gran esfuerzo que implica tener agua potable citemos el caso de la ciudad de México, donde el **30 por ciento del agua proviene del Sistema Cutzamala**: el agua tiene que recorrer **127 kilómetros** y vencer un desnivel de mil 200 metros para llegar a la ciudad.

Una estimación realizada con precios de diciembre de 1994 dejó de manifiesto que traer un metro cúbico de agua a la ciudad de México y su Zona Metropolitana a través del Sistema Cutzamala tenía un costo de **mil 300 millones de nuevos pesos.**

Cabe señalar que el Sistema Cutzamala cuenta con tres etapas en operación, que tienen una capacidad para abastecer **19 metros cúbicos por segundo** (19 mil litros por segundo); la cuarta etapa, cuya puesta en marcha está prevista para antes de que concluya 1995, permitirá alcanzar la meta de **24 metros cúbicos por segundo** mediante una inversión estimada en 250 millones de dólares. Se considera que con esta etapa se atenderán las actuales y futuras demandas de la ciudad de México y su Zona Metropolitana hasta el año 2000.

Agua que no has de beber...

El abasto de agua en las ciudades se logra con una de las infraestructuras más grandes y complejas del mundo desde el punto de vista operativo, ya que tan sólo en el Distrito Federal hay **514 kilómetros de líneas de conducción a 279 tanques de almacenamiento, 227 plantas de bombeo** para incrementar la presión en la red y dotar de agua a los habitantes de las zonas altas; para preservar la calidad del agua se utilizan **16 plantas potabilizadoras** y **360 dispositivos de cloración**.

De igual forma, constantemente se efectúan inspecciones sanitarias a las instalaciones del sistema y se aplica un programa permanente de muestreo, el cual comprende la realización de más de **50 mil análisis físicos, químicos y biológicos** anualmente.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que la distribución de agua todavía no es uniforme en las ciudades pues, por lo general, en las zonas de crecimiento desordenado el suministro es problemático y costoso, debido a la lejana ubicación de las fuentes de abastecimiento, el derroche del recurso y la falta de infraestructura para conducir mayores volúmenes de agua a dichas zonas.

Cobertura nacional de agua

De acuerdo con datos proporcionados por la Comisión Nacional de Agua (CNA), el **87 por ciento de la población nacional** (74.4 millones) **cuentan con el servicio de agua potable** y el **70 por ciento** (60.2 millones) **disponen del servicio de alcantarillado**.

En el periodo 1989-1994 se alcanzó un crecimiento anual promedio de 4.2 por ciento en agua potable y de 4.3 por ciento en alcantarillado, cifras superiores al doble de la tasa de crecimiento de la población.

En este mismo periodo se realizó un esfuerzo especial en las poblaciones cuyos habitantes no rebasaban los 5 mil, y el servicio de agua potable se incrementó del 44.8 por ciento en 1988, al 57.7 por ciento en septiembre de 1994.

De los habitantes que aún carecen de agua (sobre todo en los estados de Chiapas, Guerrero, Oaxaca y Puebla), el 81 por ciento vive en localidades de menos de 2 mil 500 habitantes, lo cual conlleva dificultades técnicas y económicas para hacerles llegar el servicio.

En la ciudad de México se tiene una cobertura del 98 por ciento; el 2 por ciento de la demanda no cubierta obedece a la carencia de una red de agua e infraestructura, por lo que el abasto se realiza mediante carros-tanque.

Asimismo hay una dotación promedio de 290 litros diarios de agua potable por habitante.

¡Vamos al rescate!

La contaminación del agua es un problema que no se ha podido evitar, pues los ríos y canales se han convertido en conductores de aguas negras y ello origina la degradación de la fauna y la flora.

Las aguas de los ríos y canales, que alguna vez estuvieron limpias, ahora se encuentran contaminadas por la basura y las descargas de aguas residuales de los habitantes que viven cerca del lugar.

Entre las acciones encaminadas a solucionar este problema, el Departamento del Distrito Federal (DDF) pretende intensificar el «Programa permanente de conservación de caudales», el cual incluye la rehabilitación de infraestructura, sustitución de pozos y su desinfección, así como el «Programa de uso eficiente» y el de «Tratamiento y reuso de agua», que tienen a su cargo la disminución de fugas, cambio de muebles sanitarios, sustitución de aguas blancas por aguas residuales tratadas, y la adecuada lectura y cobro de este vital servicio.

Algunas recomendaciones

Para un aprovechamiento adecuado y un uso eficiente del agua, recuerde:

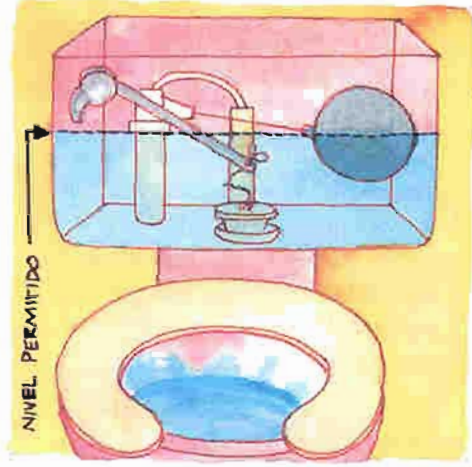
- Ahorre agua en los cuartos de baño; en caso de haberlas, repare las fugas de inmediato.
- Instale muebles de baño que consuman 6 litros de agua, así **ahorrará alrededor de 10 litros en cada descarga.**
- No utilice el excusado como cesto de basura, porque además de gastar hasta **20 litros de agua** al accionar la palanca, puede obstruir las tuberías del drenaje.
- Tome baños de regadera cortos e instale aditamentos o regaderas que economicen el agua.
- Cierre la llave mientras se cepilla los dientes; un vaso con agua para enjuagarse es suficiente. De igual forma, al rasurarse tape momentáneamente el desagüe del lavabo con el fin de apartar un poco de agua para quitarse la jabonadura.
- No permita que se derrame el agua de la pileta.
- Riegue el jardín y las plantas sólo cuando sea necesario. Si tiene automóvil, utilice sólo una cubeta con agua y una jerga para lavarlo.
- No deje que el agua se contamine; mantenga tapados sus tinacos y cisternas.
- Finalmente, no olvide reportar las fugas del medidor, así como aquellas que se presentan en tubos, uniones o en la válvula de banqueta de la toma domiciliaria.

Ma. de los Ángeles Trujillo

Fuentes: -Comisión Nacional del Agua.
-Dirección General de Construcción y Operación Hidráulica del Departamento del Distrito Federal.

¿Cómo detectar fugas de agua en el excusado?

1. Revise que el agua no se fugue por el rebosadero: el nivel de agua de la caja debe estar 2 cm abajo de la boca de éste.
2. En caso contrario, el líquido escapará por allí y el excusado operará incorrectamente.
3. Ponga un poco de colorante (anilina o tinta) en el interior de la caja de agua y espere unos minutos.
4. Si el agua de la taza se tiñe, hay una fuga que debe eliminarse.



¡Manos a la obra!

Hay ocasiones en las cuales se presentan ciertos percances en el hogar, mismos que pueden ser fácilmente resueltos por el ama de casa, los jóvenes o el padre de familia.

Sin embargo, a veces sucede que por no contar con los materiales necesarios o no saber cómo hacer la reparación, nos vemos obligados a recurrir a profesionales que reparan el desperfecto pero representan un gasto extra en nuestro presupuesto.

En esta edición de la **Revista del Consumidor** le proporcionamos dos prácticas recomendaciones sobre cómo eliminar la humedad en paredes y techos, así como arreglar los pisos de cerámica.

Humedad en paredes y techos

Si se trata de un tipo de humedad que no desprende el aplanado de las paredes, con la aplicación de una pintura impermeabilizante casera puede solucionar el problema.

Materiales

-2 1/2 kg de cal hidratada
-3 l de agua
-400 g de sal
-200 g de alumbre
-1 brocha de ixtle
-200 g de color (opcional)

Procedimiento:

* Mezcle bien todos los ingredientes y aplique la pintura sobre las paredes de ladrillo o recubrimientos de yeso. Es recomendable extender una segunda capa del producto en temporada de lluvias.

* Si se trata de una humedad más grave (la reconocerá porque origina goteras y genera grietas o desprendimiento del aplanado), puede arreglarla como se indica enseguida:

- Resane las fallas con una mezcla de arena y cemento.
- Impermeabilice una vez que se haya secado la mezcla anterior.

* Si desea impermeabilizar su azotea, además de recubrirla con fieltro o emulsión asfáltica es necesario un enladrillado y una lechada de cemento, por lo que es conveniente recurrir a un albañil.

Reparación de pisos de cerámica

* Una vez que retire la losa dañada, limpie bien la superficie despegando el adhesivo que quede en el suelo.

* Coloque el pegamento a la losa nueva y acomódela en el espacio correspondiente.

* Revise que la losa esté al mismo nivel que las demás, en caso contrario haga el ajuste pertinente.

* Si colocó más de dos losas, aísle el área para que nadie camine por ahí hasta que seque completamente.

Radiografía de las tiendas de autoservicio

Las tiendas de autoservicio son sistemas de venta al consumidor que exhiben productos en forma abierta y están clasificados por categorías o tipos, principalmente **abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales.**

Una característica esencial de este tipo de comercios es que ofrecen su atención al consumidor con una mínima intervención del personal: si usted acude a una tienda de autoservicio puede seleccionar personalmente las mercancías que más le agraden.

Esta ventaja parece haberles redituado, en un par de décadas, una numerosa clientela a estos establecimientos, la cual hoy día los considera una solución a buena parte de sus necesidades de consumo.

Conocer la forma en que estas tiendas han crecido y se han diversificado nos proporcionará una idea aproximada de cómo y hacia dónde se desplazan las nuevas tendencias del mercado y de nuestros propios hábitos de consumo.

Nueva propuesta comercial

Los primeros autoservicios se establecieron en nuestro país alrededor de 1955; se trataba de una cadena denominada **Supermercados**, cuyas tiendas estaban representadas por **Sumesa**. Allí se ofrecían exclusivamente productos alimenticios, tanto perecederos como no perecederos.

A esta cadena le siguió **Cemerca** (Central de Mercados) y **Minimax**, ambas con establecimientos más grandes.

Pero la primera cadena de autoservicios que desarrolló el concepto moderno de conjugar la venta de alimentos, ropa y mercancías generales fue **Aurrera**, que instaló una tienda en diciembre de 1958 en la calle de Bolívar, en el centro de la ciudad de México; posteriormente se abrió otra en la Avenida Universidad.

Casi al mismo tiempo surgie-

ron algunas cadenas de supermercados en el interior de la república: en Guadalajara se estableció **Maxi**, y en Monterrey se creó **Sukasa**.

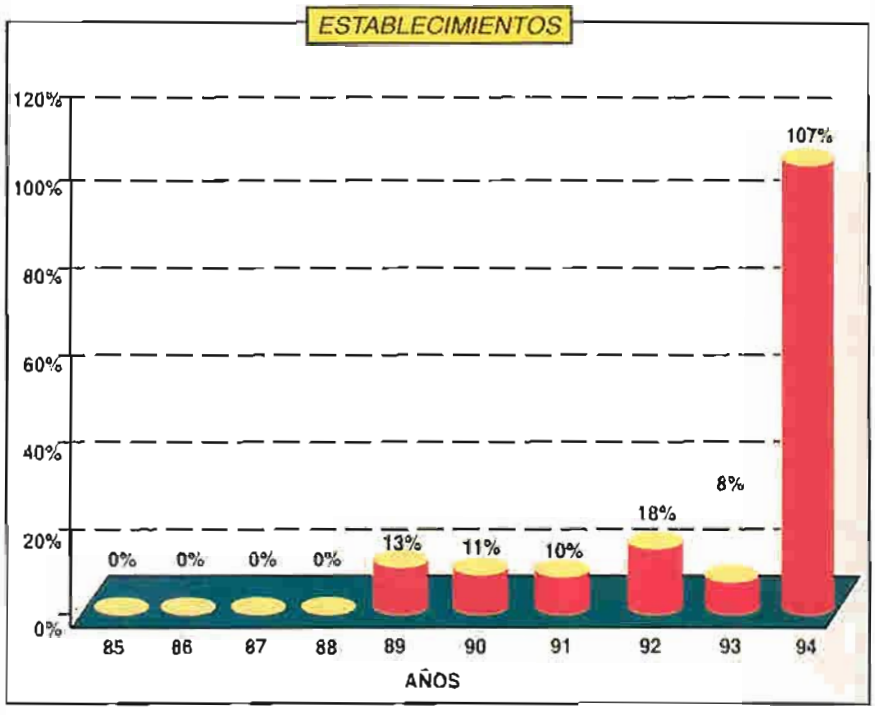
Gradualmente se fueron desarrollando otras cadenas regionales, como **Soriana** y **Casa Ley**, esta última en la zona del Pacífico; en Chihuahua se inauguró la cadena **Futurama**; en el sureste se encontraba **Chedraui** y **Super San Francisco de Asís**, entre las más importantes.

De acuerdo con información proporcionada por el presidente ejecutivo de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), Luis Santana Castillo, al cierre de 1994 y hasta marzo de 1995, el número de afiliados a la asociación era de **107 cadenas**, las cuales estaban representadas por **3 mil 433 tiendas** en total; de éstas, **2 mil 240** eran **tiendas de autoservicio**, **629 departamentales** y **564 especializadas**.

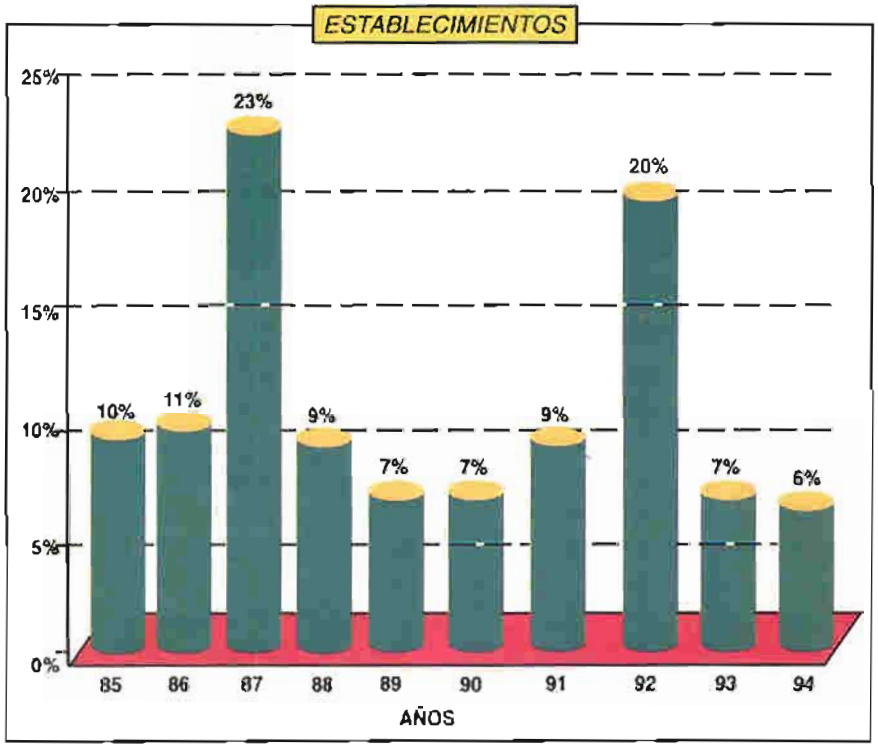
Respecto a lo anterior, Luis Santana Castillo afirma: «En los últimos diez años, el número de nuevas tiendas construidas por nuestros asociados ha implicado un ritmo de crecimiento cercano al 10 por ciento anual, lo que significa que recientemente el desarrollo en este aspecto ha sido espectacular, muy por encima del crecimiento del PIB nacional. Nuestro sector tiene una confianza enorme en el país y en su potencial, porque estamos hablando de inversiones a un ritmo del 10 por ciento, que es bastante acelerado».

Asimismo, el directivo nos explica que dentro del Plan Nacional de Desarrollo se vislumbra la posibilidad de crecer a razón de un 5 por ciento a partir de 1997, no obstante las dificultades que en este momento vive el país, las cuales hacen más complicado alcanzar dicha meta.

CRECIMIENTO DE MEGAMERCADOS



CRECIMIENTO DE HIPERMERCADOS



Hay de tiendas a tiendas

Actualmente, de acuerdo con la ANTAD, los autoservicios se clasifican de la siguiente manera:

Megamercados: se caracterizan por tener superficies de piso de venta superiores a 10 mil metros cuadrados, en los cuales se comercializan productos perecederos, abarrotes, mercancías generales, electrónica, línea blanca y muebles. Asimismo, ofrecen va-

rios de los denominados «servicios adicionales» dentro de sus establecimientos (bancos, farmacia, fotografía y revelado, fuente de sodas, ópticas, reparación de calzado y taller mecánico). Entre ellos destacan las tiendas **K-Mart** y **Wal Mart**.

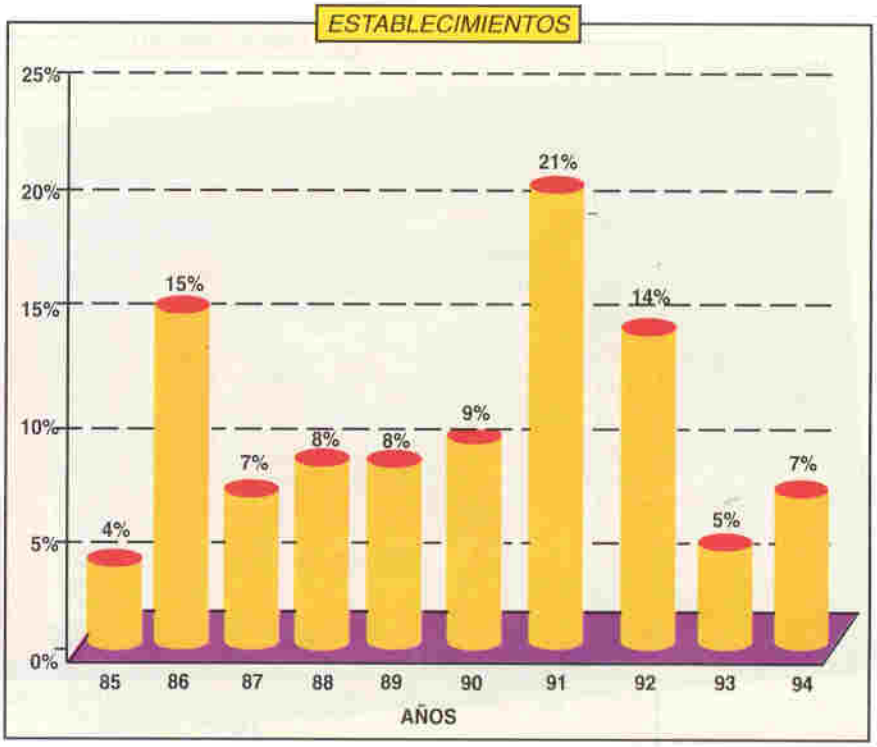
Hipermercados: en este caso las áreas de venta fluctúan entre 4 mil 500 y 10 mil metros cuadrados; se manejan casi todas las líneas de productos y se ofrecen diversos servicios. En México tenemos a los **Almacenes Aurrera**, **Casa Ley**, **Gigante**, **Operadora Comercial Mexicana** y **Organización Soriana**.

Supermercados: bajo este rubro se agrupan las tiendas con dimensiones que van desde 500 hasta 4 mil 500 metros cuadrados; se comercializan preponderantemente productos perecederos y abarrotes; cuentan sólo con algunos de los servicios, básicamente farmacias. Algunas tiendas de este tipo son **Superama**, **Central Detallista**, **Economax**, **Super San Francisco de Asís**, **Chedraui** y **De Todo**. 46 empresas de esta índole están asociadas a la ANTAD.

Bodegas: generalmente se ubican en superficies mayores a 2 mil 500 metros cuadrados; se maneja la mayor parte de líneas de productos, cuentan con un sistema de descuentos en medio mayoreo, hay muy poca inversión en decoración y no ofrecen a los consumidores ningún tipo de servicios. Como ejemplo tenemos a **Bodega Aurrera**, **Bodega Gigante**, **El Chorro** y **Operadora Comercial Mexicana**.

Tiendas de conveniencia: son unidades comerciales al detalle, dedicadas a la venta de satisfactores inmediatos, como alimentos y bebidas; el surtido y la diversidad de los mismos es limitado. Sus superficies de venta son menores a los 500 metros cuadrados y regularmente tienen horarios que abarcan las 24 horas del día; éste es el caso de las tiendas **7-eleven** y la cadena comercial **Oxxo**.

CRECIMIENTO DE SUPERMERCADOS



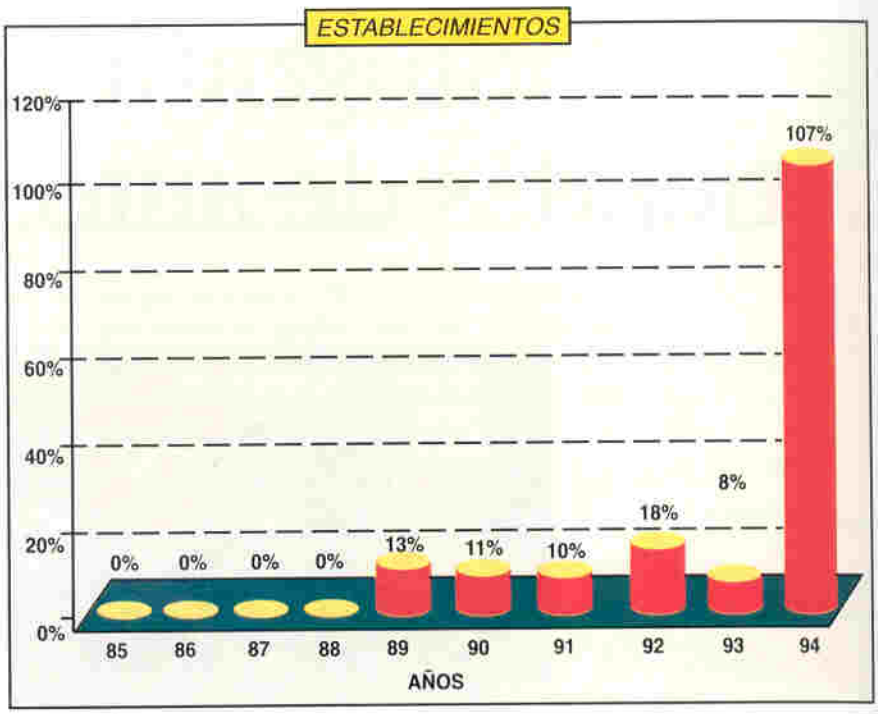
ron algunas cadenas de supermercados en el interior de la república: en Guadalajara se estableció **Maxi**, y en Monterrey se creó **Sukasa**.

Gradualmente se fueron desarrollando otras cadenas regionales, como **Soriana** y **Casa Ley**, esta última en la zona del Pacífico; en Chihuahua se inauguró la cadena **Futurama**; en el sureste se encontraba **Chedraui** y **Super San Francisco de Asís**, entre las más importantes.

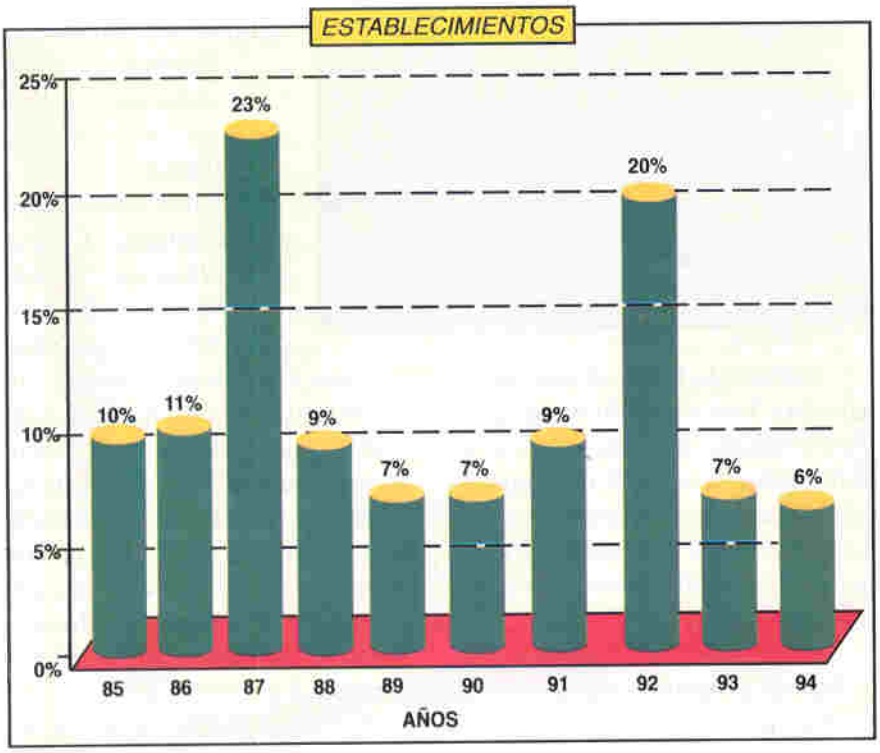
De acuerdo con información proporcionada por el presidente ejecutivo de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), Luis Santana Castillo, al cierre de 1994 y hasta marzo de 1995, el número de afiliados a la asociación era de **107 cadenas**, las cuales estaban representadas por **3 mil 433 tiendas** en total; de éstas, **2 mil 240** eran **tiendas de autoservicio**, **629 departamentales** y **564 especializadas**.

Respecto a lo anterior, Luis Santana Castillo afirma: «En los últimos diez años, el número de nuevas tiendas construidas por nuestros asociados ha implicado un ritmo de crecimiento cercano al 10 por ciento anual, lo que significa que recientemente el desarrollo en este aspecto ha sido espectacular, muy por encima del crecimiento del PIB nacional. Nuestro sector tiene una confianza enorme en el país y en su potencial, porque estamos hablando de inversiones a un ritmo del 10 por ciento, que es bastante acelerado».

CRECIMIENTO DE MEGAMERCADOS



CRECIMIENTO DE HIPERMERCADOS



Asimismo, el directivo nos explica que dentro del Plan Nacional de Desarrollo se vislumbra la posibilidad de crecer a razón de un 5 por ciento a partir de 1997, no obstante las dificultades que en este momento vive el país, las cuales hacen más complicado alcanzar dicha meta.

Hay de tiendas a tiendas

Actualmente, de acuerdo con la ANTAD, los autoservicios se clasifican de la siguiente manera:

Megamercados: se caracterizan por tener superficies de piso de venta superiores a 10 mil metros cuadrados, en los cuales se comercializan productos perecederos, abarrotes, mercancías generales, electrónica, línea blanca y muebles. Asimismo, ofrecen va-

rios de los denominados «servicios adicionales» dentro de sus establecimientos (bancos, farmacia, fotografía y revelado, fuente de sodas, ópticas, reparación de calzado y taller mecánico). Entre ellos destacan las tiendas **K-Mart** y **Wal Mart**.

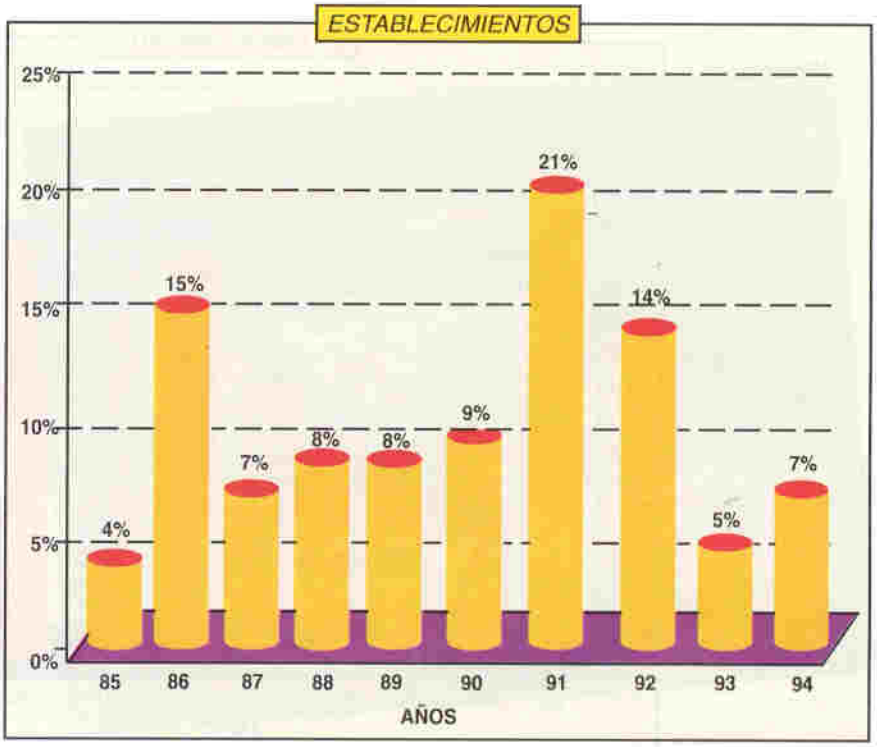
Hipermercados: en este caso las áreas de venta fluctúan entre 4 mil 500 y 10 mil metros cuadrados; se manejan casi todas las líneas de productos y se ofrecen diversos servicios. En México tenemos a los **Almacenes Aurrera**, **Casa Ley**, **Gigante**, **Operadora Comercial Mexicana** y **Organización Soriana**.

Supermercados: bajo este rubro se agrupan las tiendas con dimensiones que van desde 500 hasta 4 mil 500 metros cuadrados; se comercializan preponderantemente productos perecederos y abarrotes; cuentan sólo con algunos de los servicios, básicamente farmacias. Algunas tiendas de este tipo son **Superama**, **Central Detallista**, **Economax**, **Super San Francisco de Asís**, **Chedraui** y **De Todo**. 46 empresas de esta índole están asociadas a la ANTAD.

Bodegas: generalmente se ubican en superficies mayores a 2 mil 500 metros cuadrados; se maneja la mayor parte de líneas de productos, cuentan con un sistema de descuentos en medio mayoreo, hay muy poca inversión en decoración y no ofrecen a los consumidores ningún tipo de servicios. Como ejemplo tenemos a **Bodega Aurrera**, **Bodega Gigante**, **El Chorro** y **Operadora Comercial Mexicana**.

Tiendas de conveniencia: son unidades comerciales al detalle, dedicadas a la venta de satisfactores inmediatos, como alimentos y bebidas; el surtido y la diversidad de los mismos es limitado. Sus superficies de venta son menores a los 500 metros cuadrados y regularmente tienen horarios que abarcan las 24 horas del día; éste es el caso de las tiendas **7-eleven** y la cadena comercial **Oxxo**.

CRECIMIENTO DE SUPERMERCADOS



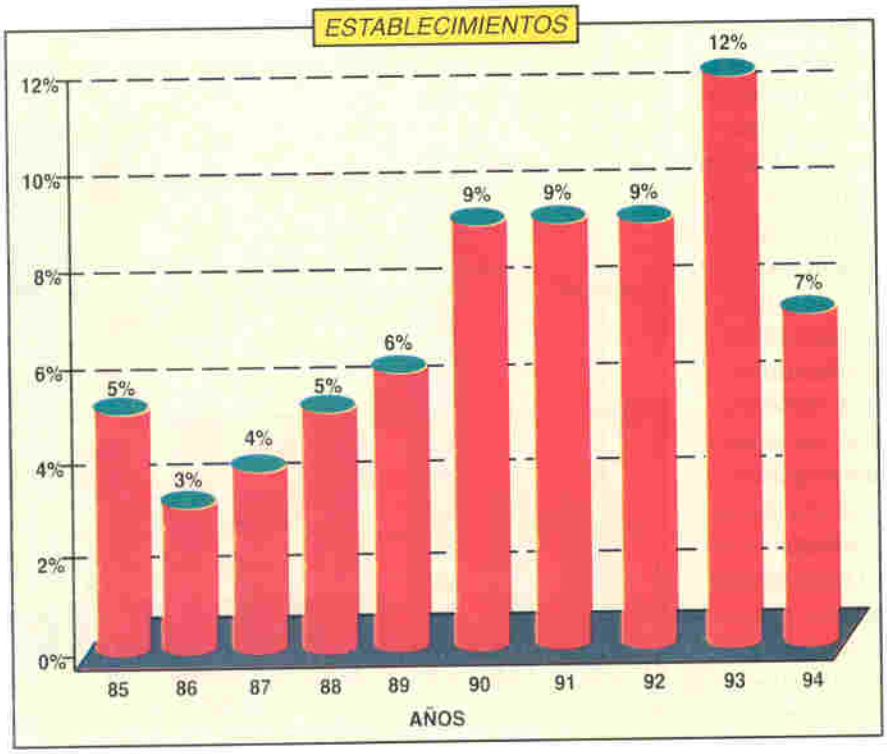
Superfarmacias: son sistemas de venta al consumidor destinados a la oferta de productos farmacéuticos y abarrotes. En promedio cuentan con dos áreas para el pago de clientes y las superficies de piso de venta llegan a alcanzar hasta los 500 metros cuadrados; incluyen algunos servicios, como el revelado fotográfico. Entran en esta clasificación: droguería y farmacia **El Fénix**, farmacias **Rotter**, **San Francisco de Asís** y **Defa**, entre otras; las empresas de este tipo asociadas a la ANTAD son 12.

Clubes de membresía: son tiendas especializadas en la venta al mayoreo y medio mayoreo, y están dirigidas a sectores muy específicos.

La mercancía está constituida por abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales. Cuentan con un área de salida de tienda con línea de puntos de venta. Su piso de venta es mayor a los 4 mil 500 metros cuadrados. Las compañías que establecen este tipo de tiendas **no están asociadas a la ANTAD**. Entre ellas destacan **Sam's Club** y **Price Club**.

Departamentales: es un sistema de venta directa al consumidor, que exhibe productos y los clasifica por áreas o departamentos, principalmente de ropa, varios, y enseres mayores y menores. El personal del lugar ofrece

CRECIMIENTO DE TIENDAS DEPARTAMENTALES



En calidad de secadoras

¡Que no le tomen el pelo!

Actualmente se comercializa en el mercado una gran variedad de marcas y modelos de secadoras para el cabello, cuyo diseño y características han evolucionado a la par de las nuevas tecnologías, buscando con ello hacer más eficiente y sencilla su función.

Por lo anterior, en PROFECO nos dimos a la tarea de realizar un amplio estudio de calidad de este tipo de aparatos, a fin de que el consumidor cuente con los elementos suficientes para seleccionar el producto que satisfaga sus necesidades, de acuerdo con su presupuesto.

¿Cuáles fueron las marcas que se analizaron?

El universo muestral se integró con **27 secadoras** correspondientes a **10 de las marcas** con mayor presencia en el mercado nacional.

¿Qué pruebas se aplicaron?

A fin de determinar las características de **operación, calidad y seguridad** de estos productos fue necesario apoyarse en las siguientes **Normas Oficiales y Normas Mexicanas: NOM-003-SCFI-1993** («Requisitos de seguridad en aparatos electrodomésticos y similares») y **NMX-J-424-1981** («Secadoras de pelo»).

Asimismo, para conocer la calidad de las secadoras se aplicaron diferentes pruebas para evaluar aspectos como: **consumo real de energía; velocidad del aire; ruido; temperatura del aire; desconexión automática; seguridad eléctrica y acabados.**

Para determinar el parámetro de **consumo de energía** se aplicó a cada muestra la prueba de consumo real, la cual consistió en medir la cantidad de energía en watts que consume el aparato al estar en funcionamiento a su máxima velocidad y temperatura de operación.

Para evaluar el **funcionamiento** se consideraron las siguientes pruebas: **velocidad del aire** (cantidad de aire que la secadora puede generar por unidad de tiempo) y **ruido** (nivel auditivo que emite el aparato a su máxima temperatura y velocidad del aire, a una distancia normalizada), **temperatura del aire** (grado de calor máximo del aire que logra generar la secadora a cierta distancia de su boquilla al operar a su máxima capacidad), **desconexión automática** (capacidad del electrodoméstico para desconectar el elemento calefactor -resistencia- cuando accidentalmente se bloquea el flujo de aire, lo cual provoca un incremento considerable en la temperatura del elemento calefactor, que podría causar un daño permanente a la secadora, e incluso un incendio), **seguridad eléc-**

trica (garantía de que la muestra bajo prueba no provocará una descarga eléctrica en el usuario en condiciones de uso adecuadas), y **acabados** (se verifica visualmente que la muestra esté correctamente ensamblada, sin rebabas ni bordes filosos que puedan ocasionar un daño o lesión al usuario).

Los resultados parciales y totales obtenidos por cada marca en las diferentes pruebas aplicadas aparecen en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información sobre el presente estudio, visítenos en nuestras oficinas ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, Distrito Federal, o bien, si lo prefiere puede llamarnos al teléfono 559-73-77 extensión 242, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Recomendaciones de compra

- Al adquirir el producto solicite la póliza de garantía, así como el directorio de los centros de servicio autorizados donde usted puede hacerla efectiva.
- Verifique que el número de accesorios mencionados en el empaque y en el instructivo correspondan a los del producto que le fue entregado.
- Asegúrese de que el artículo incluya instructivo de operación y mantenimiento.
- Por último, compruebe el buen funcionamiento de cada aditamento y de todas las funciones de la secadora.

Recomendaciones de uso

- Antes de usar su secadora procure eliminar el exceso de agua en el cabello usando una toalla, ya que por sus características de fabricación estos aparatos consumen una gran cantidad de energía.
- Evite introducir objetos por las rejillas de su secadora, pues con ello puede ocasionar un daño permanente a su aparato, e incluso, si se encuentra conectado, recibir una descarga eléctrica.
- No bloquee las rejillas de entrada del aire ni la boquilla de su secadora, ya que al hacerlo se incrementa la temperatura del elemento calefactor (resistencia), provocando un «envejecimiento» prematuro o deformación de su secadora, y a veces hasta un incendio.
- No utilice la máxima temperatura al secar su cabello, ya que esto puede resecarlo y restarle brillo.
- No deje la secadora al alcance de los niños.
- Finalmente, mantenga el aparato lejos del agua pues por tratarse de un aparato eléctrico puede ocasionar un cortocircuito en su instalación o sufrir una descarga.

TABLA DE PONDERACIÓN

PARÁMETROS	CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD	PUNTOS
CONSUMO	CONSUMO REAL	10
FUNCIONAMIENTO	VELOCIDAD DEL AIRE	20
	RUIDO	5
	TEMPERATURA DEL AIRE	30
	DESCONEXIÓN AUTOMÁTICA	5
	SEGURIDAD ELÉCTRICA	20
	ACABADOS	10
	TOTAL	100

SECADORAS DE CABELLO MENORES A 1500 W

• MARCA	VALERA	JO-ZEL	TIMCO	TIMCO	BRAUN
• MODELO	Pro Style 1500 Turbo	American 1600	Turbo Max 1200	Pro Super 1250	Silencio 1100
• PAÍS DE ORIGEN	Suiza	Mexico	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• NÚM. DE VELOCIDADES	2	3	3	2	2
• NÚM. DE TEMPERATURAS	6	3	3	2	2
• PESO (g)	592.9	510.0	298.2	493.4	317.0
• CONSUMO REAL (W)	1391	1211	1304	1175	1362
• FUNCIONAMIENTO	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★
• PRECIO (N$)	235.00	123.00	80	90.00	146.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**98**	**97**	**95**	**94**	**94**

★ ★ ★ ★ *EXCELENTE*
★ ★ ★ *BIEN*
★ ★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

Todas las muestras son Excelentes en acabados excepto los modelos de la marca **Jo-Zel** y los modelos chinos sin marca, que obtuvieron Bien.

SECADORAS DE CABELLO MENORES A 1500 W

• MARCA	TIMCO	PHILIPS	JO-ZEL	TIMCO	CONAIR
• MODELO	SP 1500	HP 4119	Air-Jet 1200	Super Max 1250	Free'n Easy
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	Hong Kong
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• NÚM. DE VELOCIDADES	2	1	3	2	2
• NÚM. DE TEMPERATURAS	2	2	3	2	2
• PESO (g)	685.7	347.0	538.1	251.3	294.7
• CONSUMO REAL (W)	1435	505	844	1151	1223
• FUNCIONAMIENTO	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★	★ ★
• PRECIO (N$)	170.00	80.00	110.00	135.00	60.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**90**	**88**	**88**	**86**	**86**

Todas las muestras son Excelentes en acabados excepto los modelos de la marca **Jo-Zel** y los modelos chinos sin marca, que obtuvieron Bien.

SECADORAS DE CABELLO MENORES A 1500 W

• MARCA	JO-ZEL	BRAUN	JO-ZEL	SIN MARCA	SIN MARCA
• MODELO	American 2000	Silencio 1200	Americari 1500	Turbo 2500	HKS-681 DUE
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	China	China
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta
• NÚM. DE VELOCIDADES	3	2	2	2	2
• NÚM. DE TEMPERATURAS	3	2	2	2	2
• PESO (g)	504.4	333.7	174	156	171
• CONSUMO REAL (W)	1311	1245	517	302	432
• FUNCIONAMIENTO	★ ★	★ ★	★ ★	★	★
• PRECIO (N$)	153.00	201.00	93.00	60.00	60.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**81**	**80**	**77**	**64**	**63**

Todas las muestras son Excelentes en acabados excepto los modelos de la marca **Jo-Zel** y los modelos chinos sin marca, que obtuvieron Bien.

SECADORAS DE CABELLO MAYORES A 1500 W

• MARCA	TIMCO	CONAIR
• MODELO	Super Power 1500	Euro Tech 1600
• PAÍS DE ORIGEN	México	Costa Rica
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa
• NÚM. DE VELOCIDADES	4	2
• NÚM. DE TEMPERATURAS	2	2
• PESO (g)	668.7	428.1
• CONSUMO REAL (W)	1411	1591
• FUNCIONAMIENTO	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★
• PRECIO (N$)	118.00	199.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**98**	**98**

SECADORAS DE CABELLO MAYORES A 1500 W

• MARCA	CONAIR	CABOODLES	CONAIR	CONAIR	CONAIR
• MODELO	Stylist 1500	Stylers C-181	Beverly Hills 90210	Euro 1600	Pro Style 1600.
• PAIS DE ORIGEN	Costa Rica	Hong Kong	Costa Rica	Costa Rica	Costa Rica
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• NÚM. DE VELOCIDADES	2	3	2	2	4
• NÚM. DE TEMPERATURAS	2	2	2	2	2
• PESO (g)	423.7	375.2	294.8	414.7	427.6
• CONSUMO REAL (W)	1434	1582	1439	1663	962
• FUNCIONAMIENTO	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★	★ ★
• PRECIO (N$)	169.00	115.40	159.00	239.00	199.00
• EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	**91**	**91**	**91**	**86**	**83**

SECADORAS DE CABELLO MAYORES A 1500 W

• MARCA	VIDAL SASSON	CONAIR	INTERNATIONAL	CONAIR	VIDAL SASSON
• MODELO	VS 207	Pro Stylist 1600	Compact Pro SX-3000	Super Baby 1600	1500
• PAIS DE ORIGEN	Hong Kong	Costa Rica	China	Costa Rica	China
• INFORMACION AL CONSUMIDOR	Incompleta	Completa	Incompleta	Completa	Incompleta
• NÚM. DE VELOCIDADES	8	2	4	2	6
• NÚM. DE TEMPERATURAS	2	2	2	2	2
• PESO (g)	619.8	383.6	323.3	293.7	470.5
• CONSUMO REAL (W)	268	1522	753	1334	338
• FUNCIONAMIENTO	★ ★	★ ★	★ ★	★ ★	★
• PRECIO (N$)	80.00	177.00	80.00	150.00	60.00
• EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD	**83**	**82**	**79**	**79**	**67**

Todas las muestras son Excelentes en acabados excepto el modelo *Compact Pro SX-3000*, de la marca **International**, que calificó con Bien.

Todos los modelos ofrecen un año de garantía excepto **Vidal Sasson** *VS207* y *1500*, **International** *Compact Pro SX-3000* y **Conair** *Super Baby 1600*, los cuales no incluyen garantía.

A todo México y el Mundo

MEXICO
729-51-00
729-51-07
729-51-08

GUADALAJARA
635-64-38
635-61-36

MONTERREY
351-58-40
351-60-06
351-26-86

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★★★★★

SUSCRÍBASE

LÉALA

DISFRÚTELA

HÁGALA SUYA

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

El porte será pagado por:

Administración de Correos núm. 44, C. P. 03001, México, D.F.

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES.

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____ C.P. _____

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____

TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 60.00 ☐ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN ☐

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ CHEQUE ☐

No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONOS 559-72-96 EXT. 263 Y 568-87-22, O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR NÚM. 1228, 7o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D. F., C. P. 03200.

Suscríbase a la Revista del Consumidor y entérese...

¡Quién es quién en calidad!

¡Si tienen tele...¡

Nos vemos en el programa

ENTRE CONSUMIDORES
en los siguientes canales y horarios:

CANAL	DÍA	HORARIO
2	LUNES	13:30 a 14:00
4	MIÉRCOLES	00:00 a 00:30
11	JUEVES	13:00 a 13:30
13	VIERNES	12:00 a 12:30
22	MARTES	00:00 a 00:30

o búsquenos en los canales de T.V. de su entidad

Tengo hambre…pero, ¿qué voy a comer?

Hay momentos en que todas las mamás tenemos dudas, que necesitamos el consejo y la experiencia de nuestro pediatra para atender a nuestro bebé, pero ahora también podemos pedir orientación al Centro Nestlé de Información al Consumidor Tel: 250-29 92 lada gratis 91 (800) 90 445 o llenando el cupón. Una especialista nos ayudará con toda la información adecuada para que no tengamos dudas sobre la alimentación de nuestros bebés.

LECHE MATERNA, EL PRIMER ALIMENTO DEL BEBE

Me gustaría tener información sobre las necesidades alimenticias de mi bebé. Llena y envía este cupón al **Centro Nestlé de Información al Consumidor**, Apartado Postal M- 2571, 06002 México, D.F.

Nombre completo del bebé: _____

Mi bebé nació: Día Mes Año Sexo: M ( ) F ( )

Nombre de la mamá: _____

Dirección: _____

Col.: _____

Edo. C.P. _____

Tel.: _____

Nestlé
NESTUM
El primer cereal del bebé.

Test del buen consumidor

Dicen que «al buen consumidor, pocas palabras». y para saber qué tan buen consumidor es usted no vamos a presentarle un gran documento con muchas palabras, ni a pedirle que nos escriba otras tantas; solamente deseamos que marque una «X» en el paréntesis que corresponda a la respuesta correcta para cada una de las siguientes preguntas.

Para que ésta sea una evaluación objetiva y correcta, contamos de antemano con su honestidad al contestar. Las respuestas correctas del presente *test* se hallan al final; cada respuesta atinada equivale a **un punto**; si usted obtiene entre **25 y 30 puntos**, déjenos felicitarlo: ¡es usted **un buen consumidor**! Una calificación de entre **15 y 24 puntos** nos indicará que usted conoce lo básico, pero es necesario informarse cuanto antes sobre otros aspectos que como consumidor vale la pena tener en cuenta para su propio beneficio; finalmente, si la evaluación resulta por abajo de los **15 puntos**, usted tiene un serio problema de desconocimiento de los derechos que la ley le otorga, ¡pero no se preocupe! La solución está literalmente en sus manos, pues la **Revista del Consumidor** le ofrece toda aquella información indispensable y útil que requiere para ser un «buen consumidor». ¡Manos a la obra!

1. ¿Cuál es el nombre completo del principal ordenamiento que protege los derechos de los consumidores?

A. Ley de Comercio ( )
B. Código de Ética Publicitaria ( )
C. Ley Federal de Protección al Consumidor ( )
D. Reglamento General del Consumidor ( )

2. ¿Desde cuándo PROFECO vela por los intereses y los derechos de la población consumidora?

A. Diciembre de 1994 ( )
B. Febrero de 1976 ( )
C. Junio de 1995 ( )
D. Enero de 1986 ( )

3. PROFECO es una institución que lo asesora, representa y orienta en...

A. Problemas laborales ( )
B. La compra de bienes y contratación de servicios ( )
C. Asuntos de carácter civil y en materia de respeto a los derechos humanos ( )
D. Ante las autoridades fiscales ( )

4. Los servicios que brinda PROFECO se ofrecen en...

A. Cada una de las entidades del país y en el Distrito Federal ( )
B. El Distrito Federal ( )
C. El Distrito Federal y su zona metropolitana ( )
D. Las Oficinas Regionales del país (Zona Centro, Norte y Sureste) ( )

5. PROFECO es una institución que forma parte de...

A. La Organización Internacional de Protección al Consumidor ( )
B. El Congreso del Trabajo ( )
C. El Gobierno Federal Mexicano ( )
D. La sociedad civil ( )

6. ¿Cuántos años de vida tiene la Revista del Consumidor?

A. 2 años ( )
B. 4 años ( )
C. 19 años ( )
D. 35 años ( )

7. ¿Dónde se vende la Revista del Consumidor y cuánto cuesta?

A. En tiendas de autoservicio, librerías, puestos de periódicos de la vía pública y mediante suscripción; su precio es de N$ 6.00 ( )
B. Sólo se puede adquirir mediante suscripción; y cada ejemplar tiene un precio de N$ 10.00 ( )
C. En tiendas y oficinas del gobierno federal; su precio es de N$ 2.00 ( )
D. En puestos de periódicos de la vía pública; tiene un precio de N$ 8.00 ( )

8. ¿A quién está dirigida la Revista del Consumidor?

A. A los fabricantes de bienes de consumo y prestadores de servicios ( )
B. Sólo a las amas de casa ( )
C. A todo el público ( )
D. A los funcionarios del sector comercio ( )

9. Éstos son algunos de los temas que aborda la Revista del Consumidor:

A. Diferentes recetas de cocina ( )
B. Normas Oficiales Mexicanas y Edictos Federales ( )

C. Derechos del consumidor, calidad de productos y alimentación ..... ( )
D. Precios de bienes y servicios ..... ( )

10. ¿Cuál es la periodicidad de la Revista del Consumidor?

A. Mensual ..... ( )
B. Quincenal ..... ( )
C. Bimestral ..... ( )
D. Semanal ..... ( )

11. ¿Cuál es el nombre del actual Procurador de PROFECO?

A. Herminio Blanco ..... ( )
B. Ernesto Sánchez ..... ( )
C. Fernando Lerdo de Tejada ..... ( )
D. Alfredo Baranda García ..... ( )

12. Son los nombres de dos capítulos de la LFPC...

A. «De la información y la publicidad» y «De las operaciones a crédito» ..... ( )
B. «De la jornada de trabajo» y «Del aguinaldo» ... ( )
C. «De las Normas Oficiales» y «De la calidad» ... ( )
D. «Del Impuesto al Valor Agregado» y «Del Tabulador Fiscal» ..... ( )

13. La LFPC define al consumidor como...

A. «La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final, bienes, productos o servicios» ..... ( )
B. «El individuo que mediante una operación comercial adquiere una mercancía» ..... ( )
C. «La empresa o sujeto que comercializa un bien de consumo y/o servicio particular» ..... ( )
D. «Cualquier persona mayor de edad que interviene en una operación comercial» ..... ( )

14. De acuerdo con la LFPC, los productos importados...

A. Pueden presentar la información necesaria para el consumidor en su idioma de origen ..... ( )
B. Deberán ostentar en sus etiquetas, envases y empaques información en español ..... ( )
C. No están obligados a informar al consumidor en idioma español sobre las características del producto ..... ( )
D. Pueden optar por presentar el precio del producto en moneda nacional o extranjera ..... ( )

15. ¿A quién señala la LFPC en su Capítulo II, «De las autoridades», como autoridad facultada para expedir normas oficiales mexicanas?

A. Secofi ..... ( )
B. INCO ..... ( )
C. PROFECO ..... ( )
D. SHCP ..... ( )

16. ¿Cuál de las siguientes atribuciones no le compete por ley a PROFECO?

A. Procurar y representar los intereses de los consumidores ..... ( )
B. Proteger y promover los derechos del consumidor ..... ( )
C. Asesorar y representar a los proveedores de bienes y servicios en querellas comerciales ..... ( )
D. Representar individualmente o en grupo a los consumidores ..... ( )

17. Con base en lo dispuesto por la LFPC, «las garantías de un producto...»

A. Pueden otorgarse verbalmente o por escrito, según convengan las partes ..... ( )
B. Serán por escrito y deben entregarse al consumidor cuando haya alguna anomalía en el bien adquirido ..... ( )
C. Deben hacerse por escrito indicando, entre otras cosas, su alcance, duración y condiciones ..... ( )
D. Podrán entregarse por escrito, siempre y cuando haya pasado un año como mínimo ..... ( )

18. En materia de regulación de la publicidad, la LFPC le confiere a PROFECO la tarea de...

A. Aplicar sanciones al fabricante y comerciante del bien o servicio publicitado ..... ( )
B. Ordenar al proveedor que suspenda la publicidad que viole las disposiciones de la ley ..... ( )
C. Realizar directa y personalmente las correcciones y/o modificaciones necesarias a la publicidad ..... ( )
D. Monitorear los tiempos de transmisión de la publicidad en radio y prensa ..... ( )

19. La LFPC define a la «oferta», «barata», «descuento», «remate» o cualquier expresión similar, como...

A. «Aquellos productos que tienen características y un precio especial» ..... ( )
B. «Una operación comercial destinada a beneficiar al consumidor» ..... ( )
C. «El ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento» ..... ( )
D. «Venta extraordinaria y a bajo precio de aquellas mercancías de saldo» ..... ( )

20. En su capítulo «De los servicios», la LFPC indica que los prestadores de servicios «no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como...»

A. Individuos que porten y consuman drogas ..... ( )
B. Exclusión de personas con discapacidad ..... ( )
C. Gendarmes y sujetos armados ..... ( )
D. Personas que ostenten conductas violentas y provocadoras ..... ( )

21. Si usted adquiere un bien y no lo recibe en el plazo y condiciones convenidas, puede...

A. Recuperar el 50 por ciento del dinero pagado ... ( )
B. Solicitar que le devuelvan su dinero ..... ( )
C. Aceptar necesariamente la prórroga del plazo de en-

trega ..... ( )

D. Aceptar a cambio algún otro bien que sí haya disponible ..... ( )

22. Cuando el consumidor realiza una compra a crédito debe exigir un contrato por escrito que especifique:

A. Datos del consumidor y del aval ..... ( )

B. Ficha técnica del producto ..... ( )

C. Datos del proveedor y del bien, así como la garantía y requisitos correspondientes ..... ( )

D. Relación de establecimientos de servicio para tramitar los pagos correspondientes ..... ( )

23. ¿Cuál de los siguientes datos no es necesario para presentar una reclamación ante PROFECO?

A. Nombre y domicilio del reclamante ..... ( )

B. Acta de nacimiento del consumidor ..... ( )

C. Descripción del bien o servicio ..... ( )

D. Nombre y domicilio del proveedor ..... ( )

24. ¿Qué es un contrato de adhesión?

A. Es una póliza de servicio que obliga al consumidor a cumplir con la ley ..... ( )

B. Es aquel elaborado unilateralmente por el proveedor de un bien o servicio ..... ( )

C. Es un escrito elaborado por PROFECO ..... ( )

D. Es un documento elaborado por el proveedor de un bien o servicio y el consumidor ..... ( )

25. ¿Cuál de estas cláusulas no es válida en un contrato de adhesión?

A. La que establece las características y condiciones del acuerdo ..... ( )

B. La que permite al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato ..... ( )

C. Aquella que especifica el plazo del convenio ..... ( )

D. La que estipula los derechos y obligaciones de ambas partes ..... ( )

26. Cuando se vendan productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, el proveedor está obligado a...

A. Retirarlos inmediatamente del mercado ..... ( )

B. Reducir el precio del producto en un porcentaje proporcional ..... ( )

C. Informar al consumidor de manera precisa y clara ..... ( )

D. Otorgar una póliza de garantía especial ..... ( )

27. Usted, como consumidor, tiene el derecho de revocar su consentimiento respecto a un contrato determinado y sin responsabilidad alguna durante un lapso de...

A. Cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o firma del contrato ..... ( )

B. Diez días hábiles luego de recibir el bien ..... ( )

C. Tres días hábiles después de firmado el contrato ( )

D. Las 24 horas posteriores de haber recibido el bien ..... ( )

28. ¿Quiénes realizan los estudios de calidad sobre diferentes productos que publica la Revista del Consumidor?

A. Los fabricantes ..... ( )

B. Investigadores contratados por los proveedores de bienes ..... ( )

C. Investigadores de la UNAM y del IPN ..... ( )

D. Especialistas del Laboratorio de PROFECO ..... ( )

29. Algunos ejemplos de las publicaciones periódicas, además de la Revista del Consumidor, que edita PROFECO para orientar e informar al consumidor son:

A. «Guía de compras», «El consumidor matutino», y «La voz del consumidor» ..... ( )

B. «Gacetilla del buen consumidor» y «El informativo» ..... ( )

C. «El correo del consumidor», «Mundo del consumo» y «El consumidor inteligente» ..... ( )

D. «El Periódico del Consumidor» y «Primeramano» ..... ( )

30. Las tres características fundamentales de un buen consumidor son:

A. Compra compulsivamente, nunca compara precios e ignora que tiene derechos ..... ( )

B. No lee las etiquetas, no le importa la calidad de los servicios que contrata y sólo compra productos de importación ..... ( )

C. Compra todo lo que anuncian en la TV, desconoce la existencia de una institución como PROFECO, que lo protege, y olvida comprar mensualmente la **Revista del Consumidor** ..... ( )

D. Tiene a PROFECO como su asesor en consumo, así como una suscripción a la **Revista del Consumidor**, conoce y hace valer sus derechos ..... ( )

Respuestas:

1. C	6. C	11. C	16. C	21. B	26. C
2. B	7. A	12. A	17. C	22. C	27. A
3. B	8. C	13. A	18. B	23. B	28. D
4. A	9. C	14. B	19. C	24. B	29. D
5. C	10. A	15. A	20. B	25. B	30. D

Algo más sobre el SIDA

Hace más de una década se tuvo conocimiento de los primeros casos de SIDA en nuestro país; actualmente han fallecido más de 17 mil personas a causa de esta enfermedad, y cuando usted lea este reportaje, el número de afectados desafortunadamente habrá aumentado.

Día a día la cifra de enfermos e infectados se incrementa; en estos momentos México ocupa el decimosexto sitio a nivel mundial en cuanto a la relación entre enfermos y número de habitantes.

A partir de la cantidad de individuos aquejados por el mal -33 mil aproximadamente- se estima que los infectados son más de 200 mil, mismos que desarrollarán la enfermedad en los próximos diez años.

El pasado 1º de diciembre pasado se conmemoró el Día Mundial del SIDA con el lema: «Derechos comunes, responsabilidades compartidas»; se buscó concientizar a la población sobre los alcances de esta enfermedad y acerca de nuestra responsabilidad para evitar que el virus de inmunodeficiencia adquirida (VIH) se siga propagando.

Campañas de prevención y avances

Hasta hace algún tiempo, las campañas de orientación informaban qué era el SIDA; actualmente la población ya conoce lo que representa dicho padecimiento. «Por lo tanto -aclara la doctora Melba Muñiz, directora de Coordinación del Conasida-, hoy deseamos que la gente conozca con certeza los riesgos; una gran parte de la sociedad aún cree que es un mal que sólo puede afectar a los demás y eso no es cierto: todos somos susceptibles de contraer el virus. Si se quiere evitar el contagio se deben tomar precauciones.

«En nuestros días las campañas están dirigidas hacia la concientización; señalar que cualquiera puede adquirir el SIDA no es para alarmarse, sino para tener presente que las medidas para evitar el contagio están al alcance de todos».

Aunados a las campañas de prevención para evitar que se siga propagando el virus del SIDA, están los esfuerzos de médicos y especialistas por descubrir una vacuna que contrarreste la enfermedad; sin embargo, hasta el momento no se ha logrado.

«Lamentablemente hasta ahora el SIDA no tiene cura; hay medicamentos que mejoran temporalmente la calidad de vida de los pacientes, pero eso es todo», afirma la directora de Coordinación del Conasida.

Crece la epidemia

Sabemos que el SIDA sólo puede contraerse por:

- Tener relaciones sexuales desprotegidas (sin condón) con personas infectadas.
- Recibir una transfusión de sangre contaminada.
- Compartir agujas hipodérmicas contaminadas.
- Una madre infectada transmite la enfermedad a su bebé antes, durante o después del parto.

- Recibir transplantes de órganos contaminados.

Sin embargo, todavía hay muchas personas que discriminan a los enfermos y evitan tratar con ellos.

Respecto a este tema, la doctora Muñiz señala: «Me gustaría decir que la discriminación no existe, pero no es cierto. Hoy en día hay mayor sensibilidad, pero desgraciadamente la gente modificó su actitud porque el crecimiento de la epidemia los afectó de manera cercana, es decir, conocen a alguien, ya sea familiar o amigo, que está enfermo.

«Conforme pase el tiempo, si no se toman medidas de precaución, el problema será más grave, ya que quienes están infectados y no lo saben, seguirán contagiando a otras personas.

«Será hasta dentro de diez años cuando realmente se aprecien los resultados de nuestras campañas de prevención».

Actualmente cualquier persona puede contraer la enfermedad que en un principio se pensaba que sólo afectaba a homosexuales y prostitutas; en la medida en que la población adquiera conciencia de lo anterior disminuirá la diseminación, que ya no es como hace cinco o diez años. Ahora un ama de casa, estudiante o niño puede contagiarse o ser portador del virus.

«Creo que lo más importante es que todos nos consideremos susceptibles de contraer la enfermedad, ya que no es exclusiva de un grupo. Hay artistas, deportistas y personajes famosos que tienen el virus o han muerto a causa de él».

Datos proporcionados en la X Conferencia sobre el SIDA, realizada en Yokohama, Japón, arrojan que: «Irónicamente, en estos momentos, mientras las amas de casa ocupan el cuarto lugar entre las personas contagiadas por el virus, las prostitutas están en el vigésimo lugar».

A pesar de que sabemos muy bien cuáles son las formas en las que **no** hay riesgo de contagio (saludar, abrazar o besar a un enfermo; por fluidos corporales emanados por la tos o un estornudo; el uso común de albercas, utensilios de cocina, ropa de cama y personal, o herramientas, entre otros; picaduras de insectos como mosquitos, pulgas y chinches), todavía hay una gran discriminación y estigmatización.

«Se conocen casos -comenta la doctora Muñiz- de niños que no son aceptados en las escuelas porque alguno de sus padres tiene la enfermedad, o poblaciones en donde se hostiliza de tal manera a la familia de alguien que está infectado que tiene que cambiar su lugar de residencia. Creo que este tipo de actitudes muchas veces son resultado del temor al contagio; aunque la mayoría está informada, se opta por evitar el contacto con los enfermos 'por si las dudas'. Muchas veces la muerte social de los enfermos de SIDA es peor que la muerte biológica.

«Finalmente -concluye la doctora Muñiz-, el lema de 1995, 'Derechos comunes, responsabilidades compartidas', fue difícil de entender pero encierra una gran verdad: el SIDA es una enfermedad que se ha convertido en responsabilidad de todos, y por lo tanto todos tenemos derechos, incluso los enfermos».

Vale la pena estar informados y actuar responsablemente en nuestras relaciones afectivas para evitar cualquier riesgo.

Si requiere mayor información comuníquese a: Conasida, Calzada de Tlalpan núm. 4585, 2º piso, colonia Toriello Guerra, teléfonos 528-40-84 y 528-39-15.

Colectivo SOL, A. C., cerrada Miguel Hidalgo núm. 11, colonia Pueblo Quieto, México, D. F., C. P. 14040, teléfono 666-68-49.

Vanessa Prieto

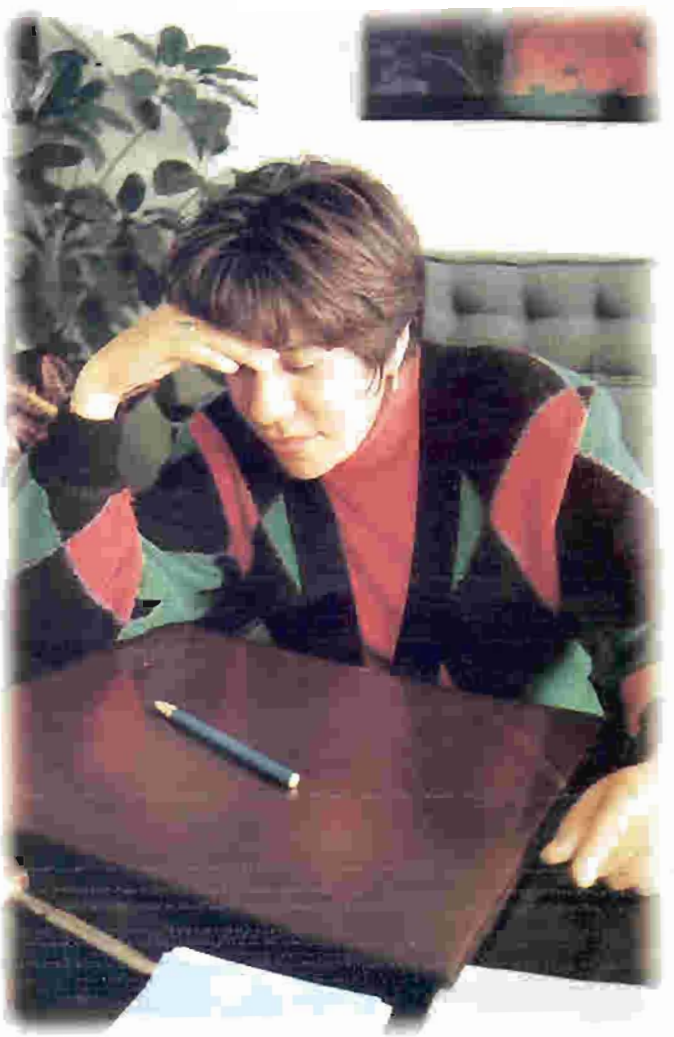
Fuente: Conasida.

Insomnio: la noche de un día difícil

Las investigaciones realizadas por especialistas en trastornos del sueño revelan que de la mitad de las personas que padecen de insomnio y reciben atención médica, sólo un tercio acude a profesionales que tienen conocimientos acerca del sueño, mientras que la otra mitad recurre a métodos naturales para corregirlo.

Pero para el insomne reviste un serio problema no recibir atención especializada, toda vez que el sueño es una etapa reparadora (tanto física como mental) del organismo, durante la cual se registran cambios importantes a nivel cerebral.

Por otro lado, en el tratamiento del insomnio se ha generalizado el uso de ansiolíticos e hipnóticos que no solucionan el problema y, en cambio, crean dependencia. Para que usted comprenda qué es el insomnio y evite «dormirse» con explicaciones complejas, comenzaremos desde el principio.



Qué es el sueño

El sueño es una etapa esencialmente reparadora que habitualmente dura entre siete y ocho horas diarias, aunque hay quienes duermen más o menos tiempo sin que ello les afecte en absoluto.

Contrario a lo que se cree, el sueño no es continuo, sino que pasa por varias fases, entre las que destacan fundamentalmente dos: la primera consta de cuatro periodos, uno de sueño superficial y el segundo de sueño moderado -en ambos aún tenemos contacto con el exterior-, en el tercero y el cuarto se cae en un sueño profundo y la persona se «desconecta» totalmente de lo que pasa a su alrededor.

La segunda fase, es decir, el quinto y el sexto periodos, son los más importantes porque en ellos se desarrolla el proceso reparador y surgen los sueños (que son representaciones de imágenes en nuestra mente mientras se duerme).

Existen diversas alteraciones del sueño pero una de las más frecuentes es el insomnio, o sea, la falta de sueño.

«Cuando la gente acude al médico a causa del insomnio es importante analizar muy bien la sintomatología -afirma el doctor Ricardo Ramos Ramírez, jefe de la Unidad de Neurología Clínica del Hospital General de México- porque generalmente son pocos los casos en que se debe prescribir algún medicamento.

«Es necesario realizar una valoración clínica para cerciorarse de que el paciente en verdad sufre de insomnio o solamente se trata de un trastorno pasajero».

Al respecto, el doctor Adrián Hernández, psicólogo investigador de las alteraciones del sueño, quien labora en el Instituto Nacional de Neuro-

logía de la Secretaría de Salud, comenta: «El insomnio no es una enfermedad, pero sí puede ser un síntoma, es por ello que no son recomendables los fármacos, pues paradójicamente su ingestión al principio induce el sueño, pero su uso prolongado lo hace desaparecer».

Por qué no puede dormir

El insomnio tiene un conjunto de causas que pueden ser internas o externas, entre las que destacan los trastornos respiratorios y psicológicos.

Las preocupaciones en el trabajo, los problemas con la familia o personas cercanas, y las presiones diversas provocan la falta de sueño, aunque en ello también influye el consumo de ciertos alimentos antes de irse a dormir (como el café), o la presencia de problemas reumáticos, dolores de cabeza, etcétera.

Otro origen del insomnio puede ser la amnea (momento en que durante el sueño se deja de respirar por algunos segundos), lo cual provoca los ronquidos y que la persona se despierte en forma continua.

En estos casos no se requiere de medicamentos, únicamente se deben identificar los factores que desencadenan el insomnio para tratar de resolverlos.

¿Sueños o pesadillas?

«En lo que se refiere a la función del sueño, la teoría más aceptada es aquella que afirma que el sueño es un proceso reparador -explica el doctor Hernández del Instituto Nacional de Neurología-, ya que durante el día hay un desgaste físico y mental que nos causa cansancio por la noche y genera en nosotros la necesidad de dormir.

«Lo más importante de esta etapa -continúa el especialista- es que mientras dormimos nuestro organismo segrega una hormona denominada 'del crecimiento', que restaura el desgaste de los tejidos. Asimismo, el sueño fija en la memoria lo que se aprendió durante el día».

«Sin embargo -menciona el doctor Juan José Abreu, especialista en neurología del Centro Médico Nacional «La Raza», del Instituto Mexicano del Seguro Social-, cuando no dormimos como es debido en el cerebro dejan de generarse proteínas moleculares esenciales en el aprendizaje, la atención y la memoria, lo cual origina un desajuste físico, químico y molecular en el cuerpo».

Para tener sueños más felices

Cuando el sueño no es reparador, lo más seguro es que durante el día se presente fatiga, tensión, irritabilidad, somnolencia, problemas de concentración, e incluso conflictos emocionales.

Por ello es conveniente tomar en consideración las siguientes sugerencias:

- Establezca un horario determinado para dormir y para despertar, tratando de ajustarse a él al máximo.
- Las personas que laboran en horarios mixtos (como vigilantes o taxistas) también deben establecer horarios fijos de sueño.
- Cuando se desvele, lo más recomendable para recuperar el sueño es anticipar dos o tres horas el momento habitual de dormir.
- No cene alimentos como carnes o quesos, evite el café y no coma en exceso.
- Trate de controlarse ante las situaciones que le causen tensión.
- Es aconsejable realizar ejercicio durante el día.
- Procure solucionar los problemas con serenidad; recuerde que «en esta vida todo tiene solución, excepto la muerte».
- No se automedique.
- Si el insomnio es muy frecuente acuda al médico
- Si la falta de sueño está ligada a alguna enfermedad, explíquele con claridad al galeno el origen del padecimiento. Ciertos males, como la diabetes o el cáncer de colon, se pueden manifestar con insomnio debido a la depresión que acarrean.

En nuestro país, el Instituto Nacional de Neurología es una de las instituciones dedicadas a investigar cuestiones relacionadas con el sueño, y en ella se brinda la atención más especializada. En la ciudad de México puede solicitar información en los teléfonos 606-30-32 ó 606-38-22 extensión 5100; o bien, acuda a cualquiera de las instituciones del Sector Salud en todo el país.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Secretaría de Salud.
-Instituto Mexicano del Seguro Social.

Cómo combatir el estreñimiento

Aun en contra de la opinión que muchos solemos tener respecto al estreñimiento, ésta es una molestia muy común tanto en los hombres como en las mujeres. Datos proporcionados por el doctor Juan Manuel Correa, vicepresidente de la Sociedad Mexicana de Coloproctología y gastroenterólogo del Hospital General de México, indican que dicho padecimiento afecta a un importante porcentaje -entre el 4 y el 12 por ciento- de la población adulta joven, específicamente aquella cuya edad oscila entre los 18 y los 40 años de edad. Curiosamente, los sectores con mayores ingresos son los más afectados por esta alteración, debido a su alto consumo de productos refinados.

Qué es y por qué se presenta

El estreñimiento o constipación se caracteriza por la disminución en la frecuencia de la defecación, y una sensación de plenitud rectal acompañada de una evacuación incompleta que en muchos casos puede ser dolorosa por la dureza excesiva de las heces. En síntesis, el estreñimiento se manifiesta con la disminución de evacuaciones.

El comportamiento del sistema digestivo varía de una persona a otra, por lo que no se puede hablar de una regla. Al respecto, el doctor Correa nos explica:

«Existe una gran variedad de hábitos que determinan la defecación en los seres humanos; para algunas personas es normal evacuar cada tercer día, mientras que otras lo hacen tres veces al día sin que ello represente ningún problema. Los factores que determinan esta función son, entre otros, el tipo de dieta, la cantidad de fibra ingerida, así como las actividades física, mental y emotiva, que también influyen en el desempeño intestinal.

«Por otro lado -continúa el especialista-, las mujeres evacuan menos veces por semana que los hombres, ello debido a que el intestino de la mujer, por razones hormonales, es más perezoso y en consecuencia ellas padecen con mayor frecuencia de estreñimiento».

De origen específico y no específico

El estreñimiento no es una enfermedad pero sí constituye un serio problema de la sociedad actual.

En lo que se refiere a sus causas, el especialista del Hospital General de México indica a la **Revista del Consumidor**: «Entre sus orígenes plenamente identificados se encuentra la diabetes, hipotiroidismo, cáncer del recto, operaciones quirúrgicas, enfermedades

Los mejores laxantes

Como el mejor laxante natural son los comestibles ricos en fibra, a continuación le presentamos una lista que le puede ayudar a seleccionar sus alimentos:

Alimento	Porción	Porcentaje de fibra
Alcachofa	abundante	2.5
Espárragos	una taza	0.7
Frijol germinado	una taza	0.7
Betabel (picado)	una taza	0.8
Brócoli	una taza	1.5
Col	una taza	0.8
Zanahorias	una pieza	1.0
Coliflor	una taza	1.0
Berenjena	90 gramos	0.9
Remolacha	90 gramos	1.1
Frijoles	una taza	1.9
Champiñones	una taza	0.8
Pimiento verde y rojo	una pieza mediana	1.4
Papas al horno	una pieza mediana	1.0
Espinacas crudas	90 gramos	1.5
Ejotes cocinados	una taza	1.8
Nabo cocinado	una taza	9.0
Manzana	una pieza mediana	1.0
Manzanas secas	una taza	3.8
Melocotón seco	una taza	3.8
Plátanos	una pieza mediana	0.5
Zarzamoras crudas	una taza	4.1
Higos crudos	3 piezas	1.2
Lima o limón	una pieza mediana	0.5
Pasas	media taza	0.9
Salvado	30 gramos	9.1
Salvado de arroz	30 gramos	11.5
Pan de cebada	una rebanada	1.1
Pan de centeno	una rebanada	1.0
Pan de trigo integral	una rebanada	1.9
Cereal de salvado	una taza	7.8
Hojuelas de salvado	una taza	3.6
Nueces	media taza	1.5
Avena	una taza	3.5
Trigo inflado	una taza	2.0
Galleta de centeno	una pieza	2.2
Galleta de trigo integral	una pieza	2.4
Palomitas de maíz	una taza	2.2
Alubias cocinadas	una taza	1.6
Frijoles rojos cocinados	una taza	1.5
Chícharos secos cocinados	una taza	4.9
Lentejas cocinadas	una taza	3.9
Cacahuates asados	30 gramos	2.7
Almendras	30 gramos	2.6
Nueces de Brasil	30 gramos	3.1
Nueces de Castilla	30 gramos	2.1
Calabaza	30 gramos	1.9
Soya	30 gramos	4.9
Girasol sin cáscara	30 gramos	3.8

Fuente: La magia de las fibras vegetales, de Genell Subak-Sharpe. Editorial Posada, México.

ano-rectales, obesidad y hemorroides, patologías que provocan en el individuo temor a evacuar debido al dolor que ello le causa.

«En cuanto a las causas no específicas podemos decir que en nuestro país hemos adquirido el hábito de consumir comida enlatada y refinada, que de alguna manera ha perdido la fibra, sustancia contenida en los alimentos que es resistente a la acción de las bacterias que tienden a darle mayor volumen a la materia fecal: la fibra permite que las heces se vuelvan más blandas y, en consecuencia, su tránsito por el intestino sea más rápido. Por otro lado se encuentra la tensión y la falta de ejercicio. Sin embargo, el estreñimiento se relaciona estrechamente con los hábitos alimenticios, sobre todo con la baja ingesta de fibra».

Algunas recomendaciones

Si usted padece estreñimiento, a continuación le proporcionamos algunas sugerencias que esperamos le sean de utilidad:

- Consuma frutas y verduras frescas.
- Evite los comestibles excesivamente refinados, los desayunos rápidos y las comidas abundantes.

Combine y varíe sus alimentos en cada comida; procure realizar las tres comidas del día, sobre todo el desayuno y la comida.

- Practique ejercicio diariamente: es recomendable disponer de diez minutos, por lo menos, todas las mañanas para realizar ejercicios que favorezcan la musculatura pélvica y mejoren la elasticidad de la zona abdominal. Estos ejercicios pueden efectuarse también cinco minutos antes de irse a la cama.
- Evite contener el deseo de defecar, ya que éste es otro mal hábito que propicia la aparición del estreñimiento: cuando el cuerpo lo indique no reprima este impulso orgánico.
- Procure no hacer viajes largos que impidan la defecación en el momento en que se presente la necesidad de hacerlo.
- Concédale el tiempo suficiente a esta necesidad fisiológica.
- Aumente la ingesta de agua durante el día.

¿Y los laxantes?

En cuanto aparezca el estreñimiento es conveniente consumir alimentos que contengan fibra en lugar de tomar un laxante artificial. El doctor Correa nos explica: «El consumo de laxantes, ya sea en forma oral o en supositorios, ayuda momentáneamente pero a la larga sólo irrita el intestino y en consecuencia agrava el estado del paciente sin resolver el problema original. Además se ha descubierto que existe un efecto secundario por el consumo de laxantes en forma constante: se trata de una enfermedad denominada 'melanosis colon' que se manifiesta con el oscurecimiento de la mucosa colónica y rectal, y el movimiento intestinal se vuelve más lento».

Lo ideal en el caso del estreñimiento sería, por lo tanto, prescindir de los laxantes artificiales y mejorar los hábitos alimentarios.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuente: Secretaría de Salud.

III Conferencia Regional del Movimiento de Consumidores

Durante el último trimestre de 1995 se llevó a cabo, en la ciudad de Sao Paulo, Brasil, la III Conferencia Regional de la organización *Consumers International* (C. I.), que reunió a las asociaciones de consumidores tanto públicas como privadas de América Latina y el Caribe.

José Vargas, director regional de la C. I., hizo un llamado para fortalecer la organización de consumidores, y puso especial énfasis en pugnar por la satisfacción de las necesidades básicas de los habitantes de esta región, así como en cuanto al derecho a la información y educación de los consumidores, la exigencia de ampliar la legislación para preservar la seguridad y la salud de los consumidores en el acceso a bienes y servicios, y a impulsar en cada nación la filosofía del consumo sustentable, que permita preservar el ambiente.

Por parte de México, el licenciado Fernando Lerdo de Tejada, titular de PROFECO, propuso diversas innovaciones al Código Latinoamericano del Consumidor y del Usuario, entre las que se encuentran disposiciones que contemplen el tema de la salud y la prevención de riesgos para los consumidores, mediante el establecimiento de normas técnicas que garanticen los requisitos mínimos de calidad de los productos. En este sentido, resaltó la conveniencia de ofrecer a los particulares estudios de calidad que permitan certificar la autenticidad de sus productos y generar confianza en el consumidor.

Propuso que se incluyan normas específicas para regular los productos y servicios que se destinan a menores, discapacitados, enfermos, ancianos y demás grupos vulnerables. Asimismo destacó la importancia de establecer normas técnicas de carácter internacional, especialmente para el caso de productos de fácil desplazamiento como alimentos, bebidas y medicamentos.

En virtud de la integración de las economías, indicó que es fundamental establecer redes internacionales de comunicación para dar aviso a los consumidores de uno o más países del área, sobre aquellas prácticas mercantiles o proveedores que representen riesgos en las relaciones de consumo.

Finalmente, el titular de PROFECO presentó varias propuestas en materia de educación al consumidor, como el establecimiento de sistemas de información de precios y calidad de productos, así como de procedimientos expeditos para solucionar los problemas derivados de las relaciones de consumo.

Paralelamente, en ese mismo foro se llevó a cabo la I Feria Internacional del Libro del Consumidor, en la que la colección de libros de PROFECO fue intercambiada con las publicaciones editadas por los organismos de consumidores de América Latina y el Caribe.

Consumo cibernético

La expansión de las computadoras personales está provocando que en este fin de milenio las PC's se conviertan en un electrodoméstico tan imprescindible como el refrigerador para los consumidores. El mundo de la computación ha invadido los hogares y las aulas de clase de distintos países europeos. Actualmente existen varios centros de educación pública en los que se imparten los primeros niveles académicos, donde casi han desaparecido los maestros para dar paso a la imagen del «asesor». En estos centros, los niños han cambiado los cuadernos por las PC.

Las llamadas «aulas inteligentes» son series de programas por computadora que incluyen los contenidos de todas las asignaturas del ciclo escolar, aplican automáticamente los exámenes a los alumnos-operadores, y les indican rápidamente las áreas o conceptos en los que tienen deficiencias en el aprendizaje para que redoblen esfuerzos. El coordinador de las aulas inteligentes del SEK de España explica que «el fracaso escolar no desaparecerá, pero estas aulas lo reducirán del 30 al 2 por ciento».

Pero el conocimiento de los escolares no se reduce sólo al programa académico, sino que permite investigar mayor cantidad de información a través de los enlaces con la red Internet. En Islandia, por ejemplo, nueve de cada 10 escuelas están conectadas a Internet, por lo que es cotidiana la comunicación de los alumnos con colegiales británicos, franceses, españoles, americanos o australianos. Internet pone en contacto a 30 millones de usuarios en todo el planeta. ¿Será la escuela sin fronteras la que se aproxima en esta nueva era?

Fuente: Revista Cambio 16, núm. 1248, España, 23 de octubre de 1995.

Telecomm y sus servicios

Sin duda alguna los ha utilizado en más de una ocasión. Con ellos ha enviado o recibido «buenas» o «malas nuevas». Es más, seguramente han aliviado su bolsillo o el de alguno de sus seres queridos, sin olvidar que si no fuera por ellos usted no podría «cerrar» un negocio jugoso. Por último: son rápidos, seguros y económicos.

¿Ya adivinó de quiénes estamos hablando? ¡Por supuesto! Son el telegrama, el giro y el fax, prácticos servicios proporcionados por Telecomm a través de los **Centros de Servicios Integrados (CSI)**.

Telegrafiando la historia

Los CSI abrieron sus puertas el 17 de noviembre de 1989 y son el resultado de la fusión del organismo descentralizado **Telégrafos de México** y de la **Dirección General de Telecomunicaciones**. Se crearon con el fin de reunir en un solo lugar tres de los servicios de telecomunicaciones con mayor demanda en el país.

Cabe mencionar que las telecomunicaciones o comunicaciones a distancia **no sólo se limitan al telégrafo, giro o fax**; incluyen también la prestación de otros servicios, tales como las **comunicaciones vía satélite** (reservadas constitucionalmente al Estado) y los servicios **telemáticos** (formados por la telecomunicación y la informática, y que se traducen en redes de datos).

De esta forma, **Telecomm** abarca tres campos: **servicios telegráficos, comunicaciones por satélite y redes de telecomunicaciones**. Conviene mencionar que **Telecomm** no sólo ofrece servicios, también apoya programas vinculados con alguno de los tres rubros antes citados.

Por ejemplo, a través de las comunicaciones vía satélite se alcanza una cobertura nacional para los programas de los sectores de la educación y la comunicación, como la telesecundaria y la telefonía rural.

En cuanto a los CSI, **Telecomm** tiene alrededor de 200 locales distribuidos a lo largo y ancho del país.

¿Y los precios?

Las tarifas correspondientes a los servicios que le ofrece **Telecomm** se establecen de acuerdo con el destino de su telegrama, giro o fax.

Si, por ejemplo, usted quiere mandar un mensaje a San Luis Potosí vía telegrama, el servicio tiene un precio de N$ 5.50, más IVA, desde una hasta diez palabras; cada palabra excedente tendrá un costo de N$ .50, más IVA. En caso de ser **urgente**, el precio se duplica.

Cabe apuntar que el telegrama escrito ofrece además **acuse de recibo** (cuando el servicio está destinado a alguien en particular) y **contestación pagada** (el destinatario tiene la oportunidad de contestar el telegrama, con otro hasta de diez palabras, sin costo extra para él), con un pago de N$ 5.00 por cada uno.

Ahora bien, si lo que usted desea es escuchar la voz de alguien que vive en Durango, le recomendamos usar el **telegrama telefónico**: éste resulta más económico: de una a diez palabras el costo es de N$ 1.00, más IVA, y tiene la ventaja adicional de que puede enviarlo desde su propio teléfono, con cargo a su recibo telefónico. En este caso, cada palabra adicional tiene un costo de N$ .15, más IVA.

Es importante aclarar que no importa el lugar al que lo envíe o el lugar donde usted se encuentra, sea telegrama escrito o telefónico las tarifas se aplican por igual en todo el país.

Asimismo, si usted es una persona de negocios y manda un **telegrama internacional** a Francia avisando que los plátanos que exporta llegan el jueves, de una a siete palabras tienen un precio de $ 4.00, más IVA; si sobrepasa el límite, cada palabra excedente tiene un costo de N$ .57, más IVA. En este servicio, cada país maneja una tarifa distinta, dependiendo de la zona en que se encuentra (ver recuadro anexo).

El servicio de **telegrama internacional urgente** no se proporciona. **El servicio internacional siempre estipulará el precio en dólares, pero no se cobra en esa moneda, sino que se realiza la conversión a mo-**

Las telecomunicaciones en México

A partir del siglo pasado, México incursionó en el ámbito de las telecomunicaciones. El 5 de noviembre de 1851 se inició la «carrera» por ganarle a la distancia. Esa fecha marca el nacimiento de los servicios telegráficos, introducidos por Juan de la Granja, con los que se establece el primer servicio de telegrafía entre la capital y el pueblo de Nopalucan, Puebla.

El servicio telefónico se inicia en México en los años 1878 y 1879, dos años después de que Alejandro Graham Bell lo patentó.

Durante más de un siglo, México ha incorporado avances tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones hasta llegar a tener, en los años sesenta del presente siglo, una **red nacional de microondas**; asimismo, nuestro país se incorporó a la comunicación **vía satélite** al ser uno de los primeros miembros del consorcio internacional **Intelsat** (organismo creado en 1964 con el objetivo de integrar una red internacional de comunicaciones por satélite con la participación de sus países miembros).

Para 1985 fueron puestos en órbita el **Morelos I** y el **Morelos II**, primeros satélites mexicanos; ocho años después se lanzan los satélites **Solidaridad**, parte del proyecto del Sector Comunicación incluido en el Plan Nacional de Desarrollo.

En este año, con la integración del **Sistema de Satélites Solidaridad**, la capacidad de México en este campo se duplica en relación con lo disponible en 1994, al tenerse en órbita tres satélites mexicanos: el **Morelos II** y los dos **Solidaridad**, extendiendo así la cobertura de servicio de conducción de señales vía satélite a 25 países del continente americano.

Actualmente, los satélites mexicanos conducen las señales de más de 340 redes privadas que satisfacen las necesidades de transmisión de datos de empresas financieras, industriales y de servicios; 35 canales de televisión que enlazan 500 estaciones; 120 sistemas de televisión por cable, y 35 redes de radiodifusión que enlazan a mil 530 estaciones de radio del país.

El Sistema Satelital Solidaridad contribuirá al fortalecimiento de programas de telesecundaria, educación médica y diagnóstico, al unir vía satélite a unidades hospitalarias oficiales y particulares, universidades, colegios y sociedades médicas.

En el rubro de redes públicas vía satélite, la integración del Sistema Satelital Nacional ofrecerá una nueva red: **Vsatcomm**, que conducirá servicios telegráficos, la cual está dotada con la modalidad de transmisión de voz, además del envío de datos.

Cabe destacar que nuestro Sistema Satelital Solidaridad opera con tres bandas, lo cual le permite alcanzar niveles de comunicación tan desarrollados como los que tienen E. U., Canadá y la Federación Rusa.

Fuente: Revista Bitácora, SCT.

neda nacional de acuerdo con la cotización del día. Así que el pago será distinto cada vez que usted haga uso de este servicio u otro en modalidad internacional.

Por otro lado tenemos los **giros nacionales e internacionales**; su precio es el siguiente: N$ 5.50 por hacer uso del servicio, y un 2 por ciento de la cantidad que se enviará, más IVA. Es decir, si manda un giro con valor de N$ 2,000.00 a su hijo que estudia en Ensenada, Baja California Norte, pagará N$ 345.50 por el servicio; si es **urgente**, el costo se duplica.

Respecto al **fax**, el costo aumenta considerablemente en comparación con los servicios antes mencionados. El **fax nacional** tiene las siguientes tarifas: si usted lo recibe, el precio de la primera hoja es de N$ 8.00, más la llamada, costos que varían de acuerdo con el estado de donde proviene, más IVA. Si su fax consta de más páginas, cada hoja adicional tiene un precio de N$ 2.50 (ver recuadro anexo).

En caso de ser usted quien lo manda, la primera hoja tiene un precio de N$ 5.50; si necesita enviar más, cada hoja tiene un costo de N$ 2.50, más la llamada destino y su respectivo IVA.

El servicio internacional difiere también, pues depende del lugar al que se llame. Cada continente tiene una tarifa de llamada por minuto y ésta se aplica a los países que agrupa (ver recuadro adjunto).

Por ejemplo, un fax enviado a Italia tiene el precio de N$ 5.00 para la primera hoja, más N$ 3.81 de la llamada; así que haciendo cuentas, el fax fluctuará entre los N$ 37.00 y N$ 38.00.

Si necesita enviar más hojas, éstas se cobran como si fuera la primera, más llamada e IVA.

Otros servicios

Telecomm ofrece otros servicios llamados «telemáticos», que son redes de datos conectadas a través de redes de cómputo o, en algunos casos, por vía satélite. Entre otros servicios destacan **Telepac**, **Vsatcomm** y **Swift**.

Para hacer uso de ellos se necesita una computadora, tener nociones sobre redes y contratar el servicio en la Gerencia de Servicios Telegráficos y Telemáticos, ubicada en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

Conviene aclarar que usted contratará el servicio, pero éste no incluye el equipo para la instalación, ese gasto corre por su cuenta.

Algunos servicios están destinados a cierto tipo de usuario, como es el caso de **Swift**, el cual consiste en la transmisión de mensajes financieros mediante la conexión a una red mundial. Por lo general lo utilizan bancos y empresas que tienen acciones en la bolsa de valores.

También los hay para todo el público, como es el caso de **Telepac**, que es una red pública de transmisión de datos con servicio nacional e internacional, que se vale de la técnica de conmutación de paquetes (el enlace se establece mediante una red telefónica conmutada), permitiendo la existencia de redes de cómputo.

En el caso de **Vsatcomm**, se trata de una red «cerrada» de acceso público sólo por vía satélite para prestar el servicio de transmisión de datos a cualquier usuario que requiera comunicar su oficina, que deberá estar localizada en la ciudad de México, con oficinas regionales en el interior de la república. Este servicio proporciona conducción de servicios telegráficos.

Éste es el panorama general del interesante mundo de las comunicaciones a distancia en México. Si usted se interesa por los últimos servicios o requiere de mayor información, acuda a la Gerencia de Servicios Telegráficos y Telemáticos, donde le explicarán con más detalle en qué consiste cada uno, sus ventajas y desventajas, así como los precios vigentes.

Cuando vaya a los CSI, pida que le muestren la tarifa del servicio que desee contratar, ello con el fin de hacer un presupuesto aproximado.

Asimismo, si va a mandar un telegrama, lleve escrito el mensaje que enviará; evite llegar a la ventanilla para pensar qué dirá su telegrama, recuerde que atrás de usted hay más personas que también necesitan hacer uso del servicio.

Por último, el horario de los CSI es de lunes a viernes, de 8:00 a 18:00 horas; los sábados es de 9:00 a 12:00 horas.

Dulce G. Gutiérrez

Fuentes: -Telecomm, SCT.
-Revista Bitácora, SCT.

Tarifas para el Servicio Telegráfico Internacional

Zona	Tarifa
África, Asia, Oceanía y Hawai	
Hasta siete palabras:	$ 4.76 más IVA
Palabra excedente:	$ 0.68
Centroamérica y Cuba	
Hasta siete palabras:	$ 1.11 más IVA
Palabra excedente:	$ 0.17
Europa y Caribe	
Hasta siete palabras:	$ 4.00 más IVA
Palabra excedente:	$ 0.57
Belice	
Hasta siete palabras	$ 3.29 más IVA
Palabra excedente	$ 0.45
Sudamérica y Canadá	
Hasta siete palabras	$ 2.40 más IVA
Palabra excedente	$ 0.35
E. U. y Alaska	
Hasta siete palabras	$ 3.00 más IVA
Palabra excedente:	$ 0.15

(*) El costo del servicio se estipula en dólares y se realiza la conversión a moneda nacional de acuerdo con la cotización del día.

Tarifas para el Servicio de Fax Público

(Modalidad Larga Distancia Internacional)

Zona	Minuto
Sudamérica y Caribe	$ 3.81 más IVA
Europa, África y Cuenca del Mediterráneo	$ 3.81 más IVA
Centroamérica	$ 1.15 más IVA
Resto del mundo	$ 3.80 más IVA

(*) El costo del servicio se estipula en dólares y se realiza la conversión a moneda nacional de acuerdo con la cotización del día.

Tarifas para el Servicio de Fax Público

(Modalidad Larga Distancia Nacional)

Aguascalientes	17	Morelos	13
Baja California Norte	17	Nayarit	17
Baja California Sur	17	Nuevo León	17
Campeche	17	Oaxaca	17
Chiapas	17	Puebla	15
Chihuahua	17	Querétaro	15
Coahuila	17	Quintana Roo	17
Colima	17	San Luis Potosí	17
Distrito Federal	17	Sinaloa	17
Durango	17	Sonora	17
Guanajuato	17	Tabasco	17
Guerrero	17	Tamaulipas	17
Hidalgo	16	Tlaxcala	14
Jalisco	17	Veracruz	17
Estado de México	13	Yucatán	17
Michoacán	17	Zacatecas	17

Tarifas	11	12	13	14	15	16	17
Tarifa Lada/minuto	N$ .61	N$ 1.16	N$ 1.65	N$ 2.47	N$ 3.42	N$ 3.69	N$ 4.21
IVA	N$ .09	N$ 0.17	N$ 0.24	N$ 0.36	N$ 0.51	N$ 0.55	N$ 0.63
Total por minuto	N$ .70	N$ 1.32	N$ 1.98	N$ 2.83	N$ 3.93	N$ 4.24	N$ 4.84

Muchos ESPACIOS PARA LA MUSICA

RADIO EDUCACIÓN

Música Popular Mexicana

Clásica

Blues

Chicana

Reggae

Jazz

Polka

Bolero

Son

RADIO EDUCACION

Cultura con imaginación

PC

SECOFI

Rodando y Volando

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★★★★★

MEXICO
729-5100 · 729-51-07 · 729-51-08
GUADALAJARA
635-64-38 · 635-61-36
MONTERREY
351-58-40 · 351-60-06 · 351-26-86

Cómo iniciar el año

Se terminaron las vacaciones; las posadas, la fiesta de Navidad y el Año Nuevo ya quedaron atrás: ahora debes iniciar el nuevo año. Pero, ¿cómo comenzarlo? Antes que nada piensa en lo que hiciste durante el año pasado: ¿aprobaste el año escolar con buenas calificaciones?, ¿fuiste cuidadoso para no sufrir accidentes?, ¿seguiste todas las recomendaciones que te dieron tus papás?, ¿platicaste con tu familia sobre las cosas que te agradan?, ¿te interesaste por quienes te rodean?, ¿cumpliste con los horarios establecidos para ver televisión, jugar y hacer tareas?, ¿comiste todos los alimentos que te ofreció tu mamá?

Si tu respuesta es «sí», ¡te felicitamos! porque aprovechaste muy bien tu tiempo, pero si en algunos casos es «no», recuerda que es importante que hagas un «alto» en tu corta vida y, sin dejar de divertirte, realices esas cosas que no te gustan tanto, pero que en el futuro te serán de gran utilidad.

A pesar de que aún eres muy pequeño te queremos sugerir que orientes a tus mayores sobre **cómo ser buenos consumidores**. Por ejemplo, les puedes recordar que al adquirir cualquier producto o contratar algún servicio deben exigir la nota de compra y la garantía; además menciónales lo importante que es tomar en cuenta la **calidad** y el **precio**.

No olvides que **sólo debemos comprar lo necesario**; por ello, para ahorrar y cuidar el presupuesto familiar aconséjales lo siguiente:

- Antes de adquirir los útiles escolares es conveniente reutilizar los del curso anterior que aún sirvan, por ejemplo, los cuadernos que todavía tienen hojas limpias o los lápices y colores que están en buen estado. En caso de que tengas hermanos menores, borra las respuestas de los ejercicios en los libros de texto para que ellos los

puedan utilizar. Si usas uniforme y está en buenas condiciones, se le puede bajar el dobladillo si te queda corto. Después de verificar qué es lo que sirve, diles a tus papás que compren únicamente lo que resta de la lista oficial publicada por la SEP.

- En caso de que seas elegido para participar en alguna tabla gimnástica o festival escolar, tú y tus papás pueden utilizar telas o prendas que hay en casa para crear el atuendo que llevarás.

- Otra forma en la que puedes colaborar en el ahorro familiar es disminuyendo las compras que se realizan en las diferentes épocas del año. Lo anterior significa que no se adquieran artículos por cualquier pretexto.

Ahora sí, ya casi estás preparado para comenzar el nuevo año, sólo te falta actuar. ¡Que lo disfrutes y hasta pronto!

Leticia Muñoz

Cápsula

Aldeas Infantiles S. O. S.

¿Sabías que en nuestro país hay niños que no tienen la suerte de poseer una familia? Desafortunadamente existen pequeños de tu edad que junto con sus hermanos están solos. No tienen a nadie que los cuide cuando se enferman o que los abrace cuando están tristes, en fin, no tienen un hogar.

Sin embargo se han creado instituciones como las **Aldeas Infantiles S. O. S.**, que brindan ayuda a niños abandonados o huérfanos.

Las **Aldeas Infantiles S. O. S.** se encargan de formar pequeños grupos que son como una familia en la que los niños encuentran un hogar permanente.

Si quieres saber más acerca de este gran esfuerzo y deseas colaborar junto con tus padres con algún tipo de donativo (ropa, alimentos, muebles, o bien, económicamente), comunícate a la Oficina Nacional de Coordinación de **Aldeas Infantiles S. O. S.** a los teléfonos 687-47-00 ó 687-16-11. Ayuda a los niños desprotegidos: ¡la unión hace la fuerza!

PROFECO en Azcapotzalco

Premiación del Primer Concurso de Dibujo Infantil

Queremos presentarte los **nueve dibujos ganadores** del primer concurso de dibujo infantil «Azcapotzalco a través de los pequeños consumidores», organizado y patrocinado por la Delegación de PROFECO y del DDF en Azcapotzalco, así como por la empresa **Maizoro**.

De los **9 mil 480** «pequeños consumidores» que enviaron sus trabajos dentro de la fecha límite (30 de octubre de 1995) y que participaron de acuerdo con su edad en alguna de las **tres categorías** establecidas, sobresalieron por lo ilustrativo, colorido y bello de sus dibujos, los siguientes:

Categoría «A» de 6 a 8 años

1º Alma Tania González Ayala
2º Viviana Jaramillo Vela
3º Mary Beth M. Barrón Albor

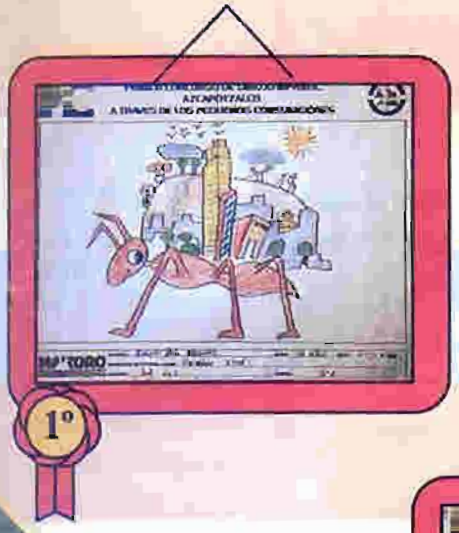
Categoría «B» de 9 a 12 años

1º Alfredo Polo Morales
2º Dulce Karina Fierro B.
3º Luis Enrique Sobrino E.

Categoría «C» de 13 a 15 años

1º Israel Delgado Ramírez
2º Sabás Andrade Piña
3º Rosa Isela Rivas López

La premiación se llevó a cabo el 8 de noviembre pasado en la Casa de la Cultura de Azcapotzalco, donde todos los participantes recibieron un diploma y los ganadores se hicieron merecedores de una dotación de **libros artísticos**, además de un **equipo de dibujo** para que sigan desarrollando sus habilidades como lo hicieron en este concurso, al recrear el ayer, el presente y el futuro de su delegación. ¡Felicidades!



1º

2º

3º

1º

2º

3º

Atenta invitación

A ti que eres un niño observador y creativo, la **Revista del Consumidor** te invita a participar en el **Primer Concurso Infantil de Historias sobre Consumo**; el plazo para enviar tu participación se inicia este mes de enero y se cerrará el 30 de diciembre de 1996.

Éstos son los requisitos:

1. Podrán concursar con uno o más trabajos todos los niños menores de 12 años. Habrá dos categorías: de 6 a 9 años y de 10 a 12 años.

2. El trabajo deberá ser una historia escrita a mano, redactada de manera clara y con letra legible; la extensión no deberá ser mayor a dos hojas tamaño carta escritas sólo por un lado. Al final de tu trabajo deberás anotar tu nombre completo, dirección y teléfono; por último, envíanos un comentario y tus sugerencias acerca de la sección «Los pequeños consumidores».

¿Cuál es el tema?

El tema central de tu historia será el **consumo** y puedes abordarlo desde muchos aspectos, por ejemplo:

* Platícanos qué es lo que te agrada comprar y por qué crees conveniente adquirirlo.

* Puedes narrarnos alguna fábula, leyenda o cuento en los que el tema central sea el consumo.

* Déjanos saber el significado que tiene para ti y para las personas de tu comunidad visitar y comprar en el tianguis o mercado: ¿cómo es?, ¿qué personajes encuentras allí?, ¿qué nos recomendarías para no gastar más de lo necesario?

* Danos tu punto de vista sobre lo dañino o benéfico de los «juguetes de moda», ¿qué opinas de las caricaturas o series de televisión más populares?, ¿algún anuncio comercial que hayas visto en la televisión te parece interesante por su mensaje verdadero o falso?, ¿cómo pueden ayudar los «pequeños consumidores» como tú en la conservación del ambiente?

A dónde enviar tus textos

Deberás mandar tu trabajo a:
Los pequeños consumidores
Revista del Consumidor
Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso
Colonia Tlacoquemécatl del Valle,
C. P. 03200, México, D. F.

Cómo se elegirán los mejores temas

En la sección infantil de la **Revista del Consumidor** publicaremos cada mes el mejor trabajo recibido en esos 30 días, y de ellos se escogerá al ganador del **Primer Concurso Infantil de Historias sobre Consumo**.

La premiación

La premiación se realizará el 31 de diciembre de 1996. El ganador de cada categoría recibirá una dotación de libros infantiles, entre los que se encuentra *Como aguinaldo de juguetería*, editado por PROFECO, además de otros títulos de diferentes casas editoriales, así como una suscripción gratuita a la **Revista del Consumidor**.

Dale tiempo a tu imaginación y la **Revista del Consumidor** te dará difusión y un útil premio. ¡Esperamos tus trabajos!

El mundo de la computación

¿Sabías que la primera computadora que existió pesaba cerca de 30 toneladas, medía 24 metros de largo y su «memoria» era tan pequeña como la de una calculadora de bolsillo?

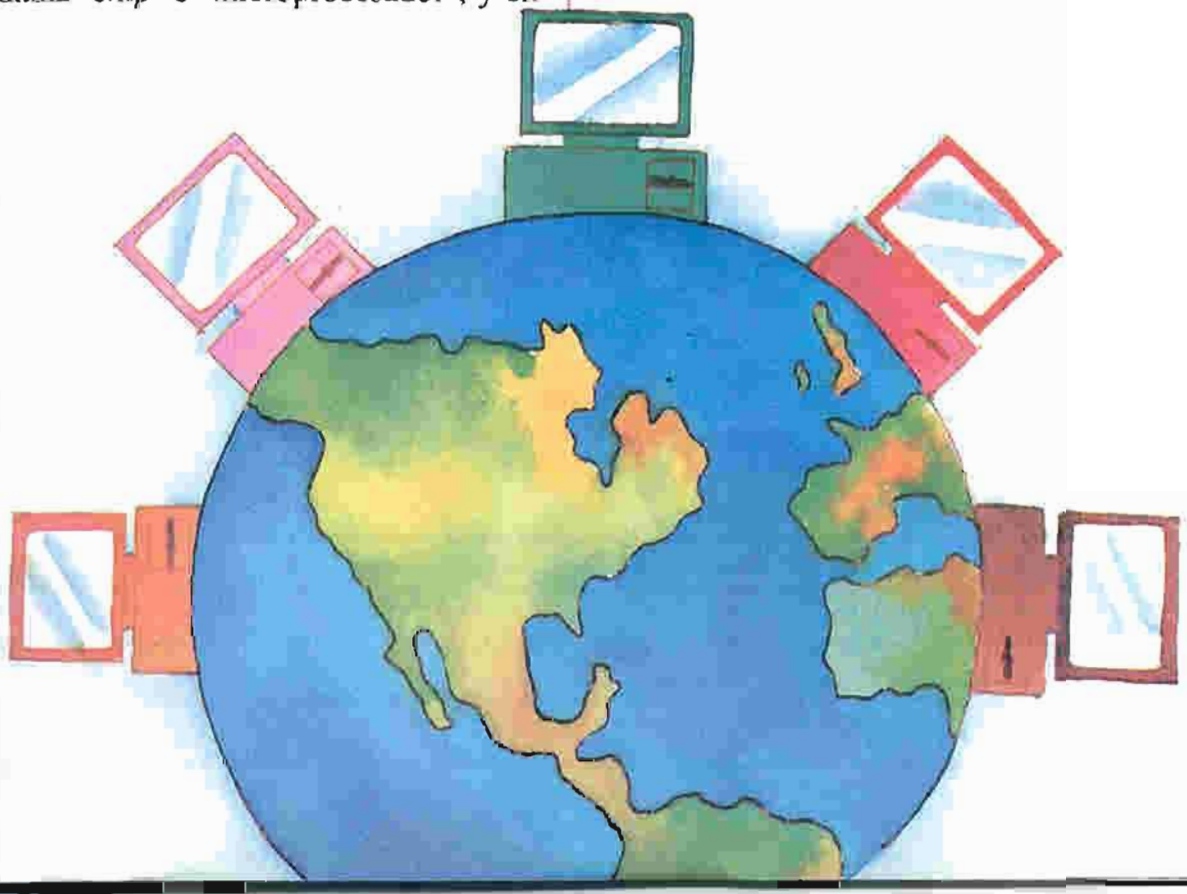
Esa primera computadora se llamaba «Eniac» y fue creada para realizar un trabajo muy poco agradable: efectuar los cálculos necesarios para conocer el alcance y la dirección de los misiles -especie de cohetes atómicos que se usan en la guerra.

Afortunadamente la computación tiene hoy otros fines, de los cuales tú también disfrutas: por ejemplo, cuando utilizas las «maquinitas» de videojuegos o al emplear una computadora en la escuela.

Tal vez no lo creas, pero en su interior las computadoras tienen una cajita muy pequeña que es su cerebro. A esta pieza se le llama '*chip*' o 'microprocesador', y en él se graban determinadas instrucciones que tú no puedes modificar; en cambio, existen computadoras en las que puedes crear tus propios juegos y transformarlos cuantas veces desees.

Nuestras amigas las computadoras son herramientas útiles en los campos de la medicina, la arquitectura, la ingeniería y el diseño gráfico, sólo por mencionar algunos. Te asombraría saber que son excelentes auxiliares del médico para diagnosticar una enfermedad. También son sumamente importantes en la realización de los comerciales para la televisión.

La lista de aplicaciones de una computadora es interminable; hoy en día se usan en todas partes y por ello es conveniente que te enteres cómo funcionan y lo que pueden hacer por ti.



Pide información desde Chiapas

Revista del Consumidor:

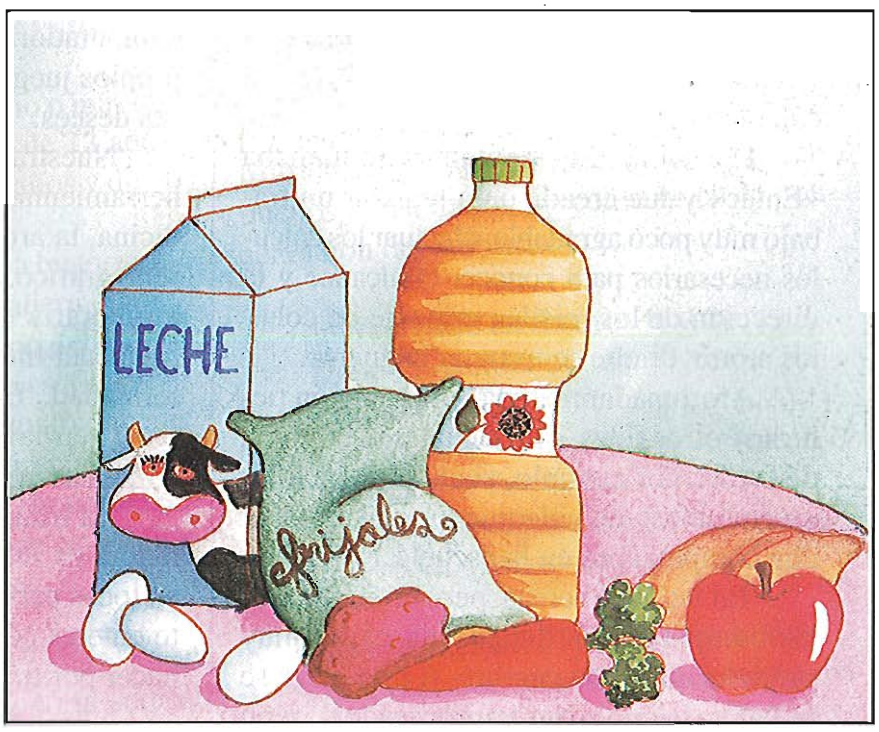
(*) Por este conducto me dirijo a ustedes muy respetuosamente para solicitar a PROFECO una lista de precios oficiales de todos los productos básicos, con la intención de igualar los precios de Conasupo (en la que soy un representante) con los de los establecimientos de la iniciativa privada. Deseo obtener esa información para corroborar si coinciden con los que tenemos aquí.

Por otra parte, quiero comentarles que veo el programa «Entre consumidores» y me he dado cuenta de que algunos productos tienen precios bajos y por aquí esos mismos artículos se venden más caros.

Espero obtener respuesta lo más pronto posible. Me es grato reiterarles mi respeto y sincero agradecimiento.

Atentamente
C. Abenamar Maldonado Maldonado
Ejido de San Caralampio,
Municipio de Frontera Comalapa
Chiapas
C. P. 30140

(*) Carta resumida por la Redacción.



Señor Maldonado:

En respuesta a su solicitud de información sobre el **precio de los productos sujetos a control oficial** en Chiapas le sugerimos a usted, y en general a todos los consumidores de cada zona, que compare la calidad y el precio de los productos a fin de elegir el establecimiento que más le convenga.

Para conocer los precios actuales de los artículos que nos solicita acuda a la Delegación de PROFECO en Chiapas, ubicada en Circunvalación Tapachula núm. 844, colonia Moctezuma, Tuxtla Gutiérrez; también puede llamar a través de **Lada sin costo** al **91-800-280-18**, núms. de fax 27402 y 29286, donde con gusto lo atenderán para complementar la presente información.

Agradecemos su misiva y le enviamos un cordial saludo.

La Revista del Consumidor es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611-73-79, 611-75-23 y 598-67-81. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista. Se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los talleres de Ediciones Especializadas Mexicanas, S. A. de C. V., Escape núm. 4 D, Fracc. Alce Blanco, Naucalpan, c.p. 53370, Edo. de México.

Este año, nuestro propósito es estar cerca de ti

Nautla núm. 57 esq. Tampico, col. Casas Alemán
C. P. 07580
frente al Deportivo Los Galeana
Tel.: 757-57-75

Puerto Acapulco núm. 13, col. Casas Alemán
C. P. 07580 casi esq. Camino San Juan de Aragón
Tel.: 767-46-95

Calz. Ermita Iztapalapa núm. 634, col. Escuadrón 201
C. P. 09060, frente a K2
Tel.: 582-75-76

Garrido núm. 5, col. Villa Guadalupe
C. P. 07500 casi esquina Calzada Guadalupe
Tel.: 577-73-42

Av. Centenario núm. 2115, col. Atzacoalco
C. P. 07040,
frente al mercado
Tel.: 737-17-14

Peña y Peña núm. 57, col. Centro
C. P. 06010 esquina Anillo de Circunvalación
Tel.: 702-31-44

Matamoros núm. 510, col. Centro
C. P. 42000,
junto al Sol de Hidalgo
Tel.: 91-771-871-28

Av. México núm. 297, col. Raúl Romero
C. P. 57630, a una cuadra de Av. Pantitlán
Tel.: 765-75-16

Chihuahua núm. 69, col. Providencia
C. P. 07550 esquina Av. Const. de la República
Tel.: 711-11-73

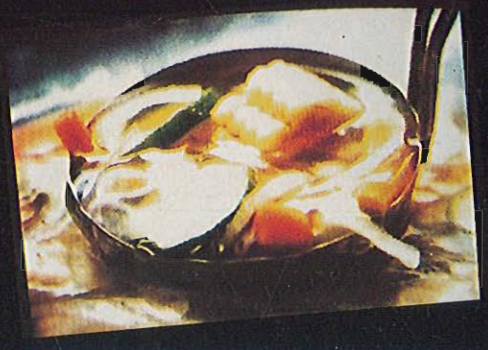
Av. Juárez Sur núm. 4, col. Centro Texcoco Edo. de México
C. P. 56100 casi esq. Jardín Central
Tel.: 91-595-403-18

visítanos y te convencerás

Muebles de México®

ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD

Knorr Suiza, exageraciones «al cubo»



La principal función social de la publicidad consiste en informar al consumidor sobre las características reales de los productos. Sin embargo, existen algunos anuncios en los que, con el afán de persuadir al auditorio, se realizan afirmaciones tan generales y contundentes que no corresponden íntegramente con lo que en realidad ofrecen dichos artículos.

Tal es el caso del comercial de **Knorr Suiza** que hoy analizamos: en el anuncio de este consomé el locutor concluye con énfasis: «Sabe a pollo, huele a pollo, **es de pollo**».

Sin embargo, aunque en este comercial se afirme **en forma contundente que** el producto **«es de pollo»**, el anuncio no es del todo veraz; lo correcto sería que precisaran que **dicho producto tiene un poco de pollo**, pues el producto industrializado **Knorr Suiza proporciona sólo 1.95 gramos de proteína por litro**, y altas concentraciones de sal, conservadores, saborizantes y colorantes, **mientras que un caldo de pollo natural brinda 12.6 gramos de proteína por litro, es decir, 84.5 por ciento más proteínas que el producto anunciado** (de acuerdo con pruebas de contenido proteínico realizadas en nuestros laboratorios). Es decir, los cubos de **Knorr Suiza** son un producto industrializado de bajo valor nutricional y, por tanto, distan mucho de igualar las cualidades nutritivas de un **verdadero caldo de pollo**.

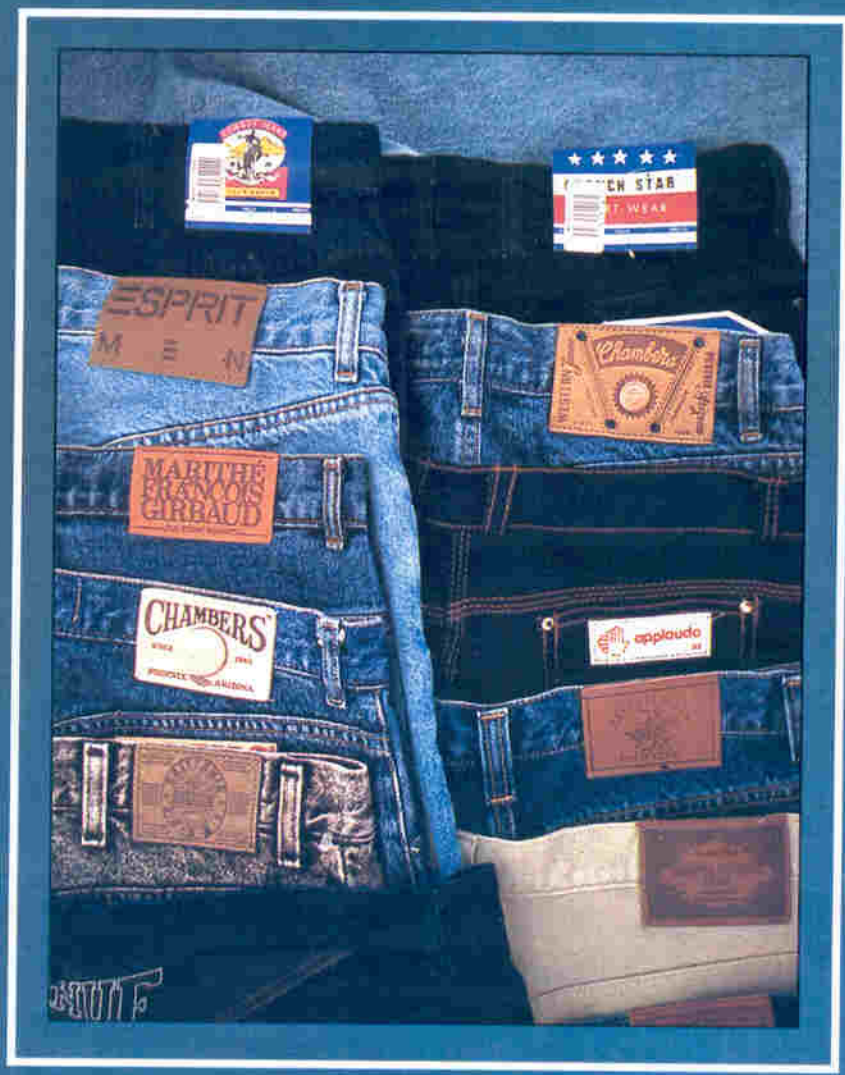
Paralelamente, en este comercial, mientras se presenta el producto, el locutor afirma: «...y con estos cubos **aprendiste a demostrarle a tu familia cuánto la quieres**». Es evidente que, al contrario de lo que propone este mensaje, el afecto y las muestras de cariño no dependen ni están en función de la compra de productos.

Por este motivo, el comercial de **Knorr Suiza** viola el Reglamento de la Ley de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, en su artículo 7°, fracción III, que prohíbe que se «indique o sugiera que **el uso de un producto**, el ejercicio de una actividad o la prestación de un servicio **es un factor determinante para modificar la conducta de las personas**».

En virtud de estas irregularidades, turnamos una copia de este anuncio a la Secretaría de Salud para que tome cartas en el asunto.

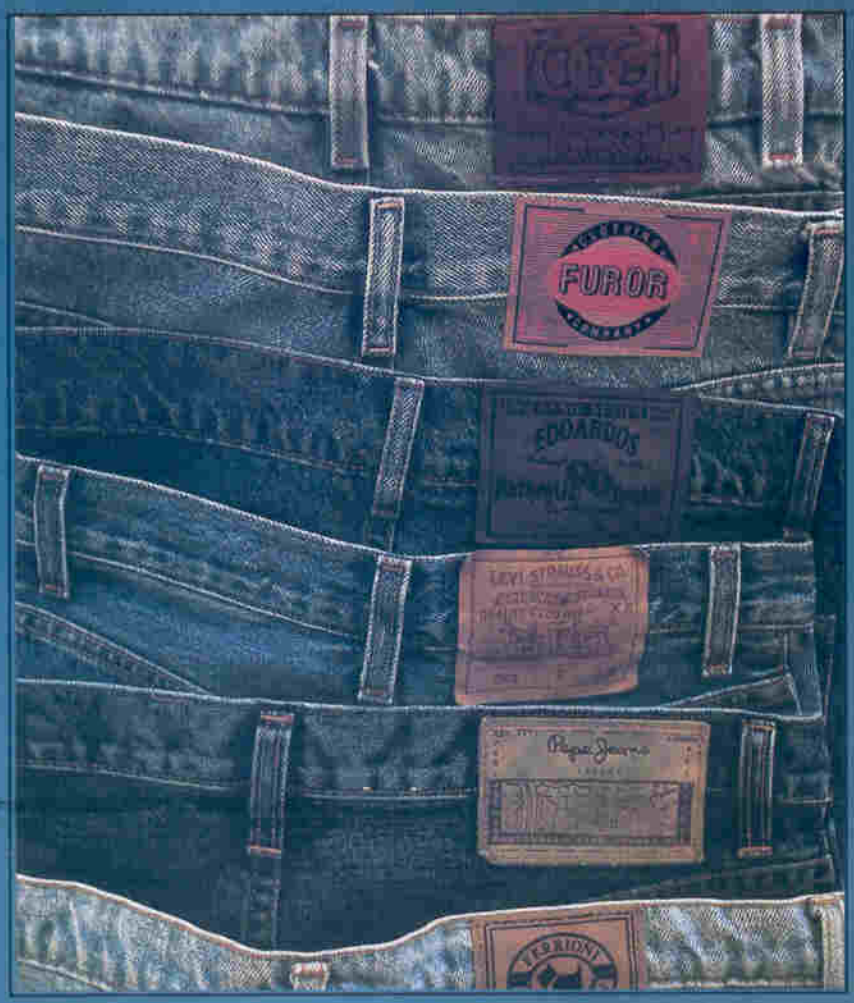
0 10722 80016 0 1

Quién es quién en pantalones de mezclilla



Estudio terminado en mayo de 1995
Precios investigados al 7 de noviembre de 1995

INTRODUCCIÓN



...Tejanos, vaqueros, *jeans*, *denim*, son algunos de los nombres que designan a los pantalones fabricados con un tejido denso y fuerte de fibra de algodón y de ligamento de sarga, teñidos básicamente con añil, y que hoy en México se conocen simplemente como «pantalones de mezclilla».

A propósito de su origen, se relata que el inmigrante bávaro Levi Strauss abrió una tienda en California, en 1850, en la que vendía a los buscadores de oro y a los vaqueros unos pantalones confeccionados con sarga de Nîmes (de la cual se deriva la denominación de *denim*) y lona para las tiendas de campaña y los carruajes. También los marineros procedentes de Génova (llamados *genes* en francés) usaban estos pantalones, por lo que más tarde se les designó como *jeans*.

Este tipo de prenda es un atuendo básico en el guardarropa de cualquier consumidor; las razones para usarlos son varias: son cómodos, prácticos, informales, resistentes, y no pasan de moda.

Actualmente existe una gran variedad de «líneas», modelos, texturas, colores y precios de *jeans*.

Debido a la diversidad en su oferta y a su enorme demanda, el Laboratorio de Pruebas de la Procuraduría Federal del Consumidor llevó a cabo un estudio de calidad de pantalones de mezclilla para orientar al consumidor en su elección, considerando sus necesidades y posibilidades.

¿Cómo se diseñó el estudio?

El presente estudio incluye pantalones de mezclilla de ligamento de sarga, tejidos con hilos de urdimbre teñidos y elaborados con fibra de algodón 100 por ciento.

Se analizaron **122 modelos**, de los cuales **109 son nacionales** y **13 de importación**, correspondientes a **82 marcas**, realizándose un total de **9 mil 760 pruebas** para su análisis y evaluación.

¿Cuál fue la normatividad empleada?

Se tomaron como base diferentes **Normas Mexicanas**, así como métodos de prueba de la ***American Association of Textile Chemists and Colorists*** (AATCC).

Las inspecciones y pruebas aplicadas para la evaluación de calidad de los pantalones de mezclilla fueron las siguientes:

NMX-A-265 (Método de identificación de fibras usando técnicas microscópicas).

NMX-A-162 (Método de prueba para la identificación de fibras y filamentos textiles).

NMX-A-191 (Tallas de pantalones para jóvenes del sexo masculino).

NMX-A-193 (Tallas de pantalones para jóvenes del sexo femenino).

NMX-A-57 (Determinación de la densidad de los tejidos).

NMX-A-072 (Determinación del peso por metro cuadrado de las telas. Método de la muestra pequeña).

NMX-A-059 (Determinación de la resistencia a la tracción y alargamiento de las telas).

NMX-A-158 (Cambios dimensionales en los tejidos planos y de punto, excluyendo lana).

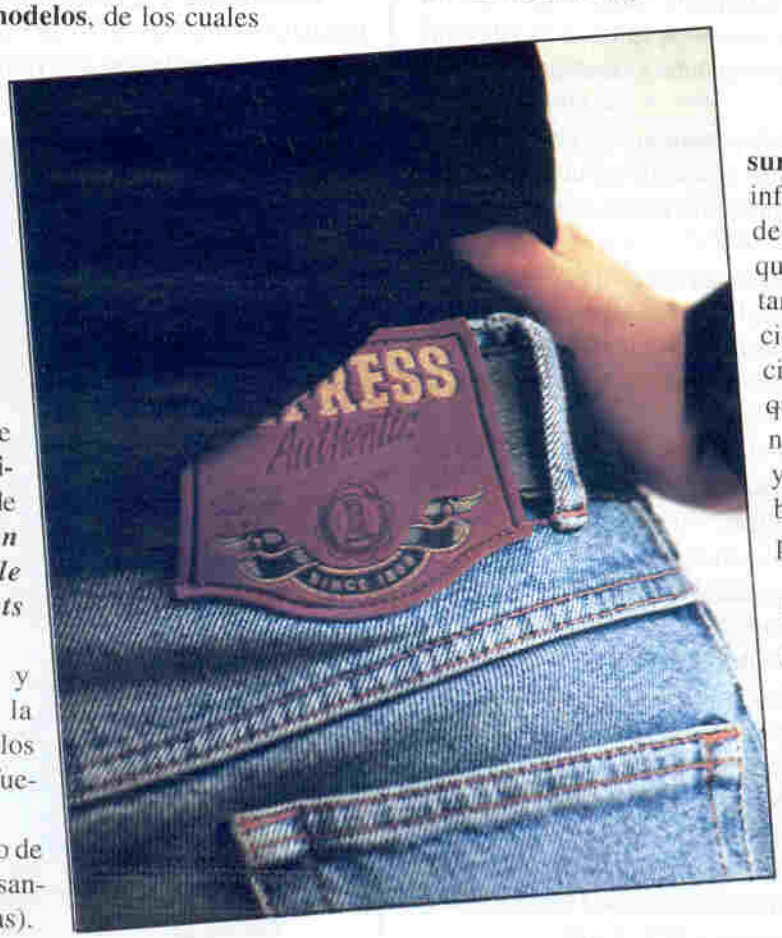
NMX-A-177 (Determinación de la formación de borlitas *-pilling-* en tejidos planos y de punto).

NMX-A-165 (Método de prueba para la determinación de la solidez del color a la luz por medio de la lámpara de xenón).

NMX-A-065 (Método de prueba para la determinación de la solidez del color de los materiales textiles al sudor).

NMX-A-073 (Método de prueba para la determinación de la solidez del color de los materiales textiles al frote).

Método 93 AATCC (Resistencia a la abrasión. Método del acelerotor).



¿Qué pruebas se aplicaron?

Información al consumidor: se verificó la información mínima que deben contener las etiquetas de los pantalones, tanto de fabricación nacional como de importación, con el propósito de que el consumidor conozca las características y cuidados que se le deben proporcionar al producto.

Las etiquetas deben incluir los siguientes datos: **marca comercial, país de origen, nombre, denominación o razón social del fabricante; Registro Federal de Contribuyentes del fabricante o importador, des-**

Recomendaciones de compra

- Siempre pruébese la prenda antes de adquirirla.
- Verifique que el pantalón incluya una etiqueta con las recomendaciones de lavado, secado y planchado.
- Asegúrese de que el color sea uniforme (cuando la prenda sea de color liso), y que no presente manchas ni defectos en la tela.
- Examine que las costuras sean resistentes (ejerza una fuerza de distensión sobre las uniones cosidas), que los empalmes del pantalón no estén fruncidos ni plegados, y que no falten puntadas.
- Observe que los botones estén bien remachados y que los cierres no presenten oxidaciones y funcionen apropiadamente.
- Compruebe que los ojales estén bien rematados y que se encuentren abiertos.
- Pruebe que las bolsas traseras y delanteras estén bien reforzadas y se ubiquen al mismo nivel.
- Examine que las presillas (soportes del cinturón) estén correctamente reforzadas.

cripción específica de insumos, **composición de los materiales con que está hecho el producto** y **su porcentaje en orden de predominio**; **talla**, e **instrucciones de cuidado** (en este caso se permite el uso de símbolos, no es indispensable que éstos se acompañen de leyenda).

La información puede presentarse en una etiqueta de tela o de cualquier otro material, cosida o adherida a la prenda, que tenga una duración igual a la del producto.

Debe estar redactada en idioma español, independientemente de que haya etiquetas en otro idioma, y es necesario que se coloque en cualquier lugar visible.

Acabados: se revisó el estado de la prenda en los siguientes aspectos:

- Homogeneidad en el color
- Uniformidad de la costura
- Uniformidad del tejido
- Firmeza de broches y botones
- Funcionalidad de cierres

Identificación de fibras: el objetivo de esta prueba fue identificar el tipo de fibra con la que están elaborados los pantalones, constatando el cumplimiento de la información proporcionada por el fabricante.

En este análisis se emplearon técnicas microscópicas (según **norma NMX-A-265**) para observar las características de los cortes longitudinales y transversales; además se utilizó la técnica de la solubilidad de las fibras con determinado reactivo químico (ácido o base), tal como lo indica la norma **NMX-A-162**.

Verificación de tallas y dimensiones: es una prueba de gran importancia porque esta característica debe ser controlada desde el inicio hasta la última etapa de fabricación de la prenda, pues de ese control depende la funcionalidad del artículo.

En este caso se realizó la medición, con cinta métrica, de las partes más importantes de los pantalones: cintura, cadera, largo interno de la pierna, y largo externo de la pierna. Las cantidades obtenidas deben apegarse a lo indicado por el fabricante en cuanto a la talla y en correspondencia con las normas **NMX-A-19** y **NMX-A-193**.

Determinación de la densidad del tejido: con base en la norma **NMX-A-057** se cuantificó el número de hilos de urdimbre e hilos de trama en una pulgada de tela o su equivalencia en centímetros. La variabilidad de hilos en diversas zonas de las prendas (en los sentidos de urdimbre y de trama) indica irregularidad del tejido; se permitieron tolerancias del 5 por ciento.

Gramaje de la tela: tomando en consideración la norma **NMX-A-072** se determinó el peso de la tela por unidad de área (generalmente de un metro cuadrado), el cual está relacionado directamente con el título de la hilatura. El procedimiento consistió básicamente en medir, cortar y pesar en una balanza las muestras; posteriormente se calculó el peso por metro cuadrado.

Resistencia a la tracción: apegándose a lo que estipula la norma **NMX-A-059** se estableció la resistencia de la tela en la zona de rodillas, principalmente en esfuerzos de tracción, con la ayuda de un tensómetro.

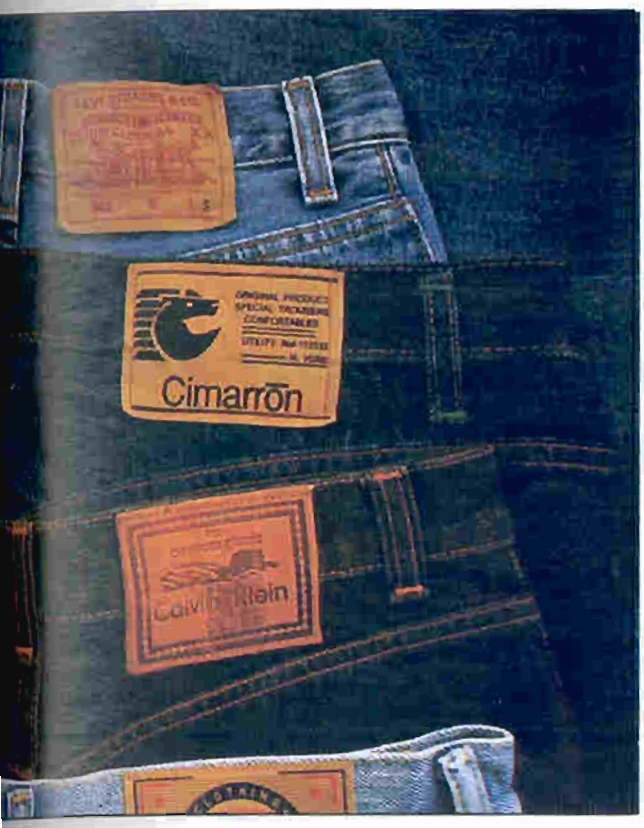
La resistencia se determinó por la disposición de los hilos, es decir, en el sentido de la urdimbre y de la trama.

Resistencia de costuras: la unión firme de las partes componentes de un pantalón de mezclilla es un factor que influye en la duración y calidad de esta prenda. Por ello se cuantificó la fuerza que soportaron las costuras, basándose en las condiciones de prueba de la norma **NMX-A-059**, empleando un tensómetro digital.

Estabilidad dimensional al lavado húmedo: con base en la norma **NMX-A-158**, esta prueba se realizó para determinar los cambios dimensionales que sufren las telas al ser sometidas a un lavado doméstico. El proceso consiste en marcar una superficie de medidas específicas (un decímetro cuadrado) con tinta indeleble; posteriormente la prenda se introduce en la lavadora en condiciones normales de lavado doméstico; la muestra se seca a la intemperie y se mide nuevamente. La diferencia entre estas medidas pone en evidencia las variaciones de la urdimbre y de la trama.

Resistencia a la formación de borlitas: se tomó como base la norma **NMX-A-177**. El *pilling* es el conjunto de fibras enmarañadas que se fijan a la superficie de la tela debido al uso normal de las prendas. La cantidad de *pilling* generado en las telas se evaluó por comparación con estándares visuales (fotografías); la resistencia observada se registró de acuerdo con una escala que va del núm. 5 (sin formación de borlitas) al núm. 1 (formación muy severa de borlitas).

Solidez del color a la luz: considerando la norma



Recomendaciones de uso

Para conservar sus prendas en buen estado siga las instrucciones de lavado que indica el fabricante en la etiqueta, ya que el comportamiento de los pantalones de mezclilla depende de las fibras, hilos, construcción de la tela y colorantes utilizados. En todo caso le sugerimos que:

- Lave por separado los pantalones de mezclilla y evite utilizar cloro, pues los colores de estas prendas son fácilmente abatibles y transferibles.
- Lave el pantalón antes de usarlo porque las sustancias químicas empleadas en los colorantes pueden causar posibles escoriaciones en la piel.
- No talle el pantalón en el lavadero pues ello provoca un desgaste prematuro de la tela.
- No lo exprima, ya que esto afecta las fibras del pantalón restándoles firmeza.
- Los pantalones de mezclilla de color diferente al clásico (añil) deben secarse a la sombra para que no se decoloren.
- Al planchar el pantalón asegúrese de que el control de temperatura de la plancha esté en «fibras naturales», ello para evitar posibles decoloraciones por la acción del calor.

NMX-A-165 se expusieron las muestras a radiaciones de una lámpara de xenón que simula la luz solar y que en poco tiempo causa efectos de decoloración. La evaluación se efectuó comparativamente mediante equivalencias con la escala gris de cambio de color.

Solidez del color al sudor: esta prueba se realizó con base en la norma **NMX-A-065**; se simularon las condiciones de la transpiración del cuerpo humano y se midió su efecto de decoloración en los pantalones de mezclilla. El análisis se efectuó en un perspirómetro en el que se colocan las muestras impregnadas con soluciones de sudor sintético. El equipo en su conjunto es introducido en un horno a la temperatura del cuerpo humano durante un lapso determinado; la solidez del color se valora mediante la comparación con la escala gris.

Solidez del color al frote: según las especificaciones de la norma **NMX-A-073** se determinó la resistencia de los colorantes, ya que pueden desprenderse de los pantalones de mezclilla con relativa facilidad; por ende se llevó a cabo una prueba de frote en ciclos establecidos efectuados en un frotímetro, el cual produce un movimiento de vaivén sobre la muestra; un testigo de algodón nos indica la resistencia de transferencia de color.

Resistencia a la abrasión: se utilizó un equipo denominado acelerotor, el cual desgasta la superficie de

la muestra provocando disminución del peso. La evaluación se llevó a cabo comparando su peso antes y después del ensayo. El método de prueba empleado es el núm. 93 de la AATCC.

Evaluación global de calidad: es la suma del resultado ponderado de cada característica analizada en los pantalones de mezclilla; la escala total va de cero a 100 puntos. El valor máximo corresponde a las prendas que cumplieron con las especificaciones en todas las pruebas.

¿Qué resultados se obtuvieron?

La mejor marca de pantalones de mezclilla fue **Furor**, modelo *Hollywood*, de origen nacional, la cual obtuvo una evaluación global de 97 puntos (sólo presentó anomalías en el aspecto de tallas); esta prenda se comercializa en el mercado a un precio promedio de N$ 129.00.

En segundo y tercer lugares se ubicaron tres modelos de la marca **Levi's**: *501* (con 96 puntos); y un empate (con 95 unidades cada uno) entre los modelos *Baggy* y *550*, ambos de manufactura estadounidense, con precios de N$ 200.00, N$ 195.00 y N$ 198.00, respectivamente.

Los detalles de las evaluaciones parciales y totales obtenidas por cada una de las marcas sometidas a prueba se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información visítenos en nuestras oficinas ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, 7º piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, en el Distrito Federal, o bien, puede llamarnos al 559-73-77 extensión 242, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

TABLA DE PONDERACIÓN

	ASPECTO EVALUADO	PUNTAJE ASIGNADO	E	B	R	D
	Información al consumidor	5	5	---	---	0
ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	Acabados	16	16	10	5	0
	Identificación de fibras	2	2	---	---	0
	Gramaje de la tela	5	5	---	---	0
	Determinación de la densidad de los tejidos	5	5	---	---	0
	Verificación de tallas	10	10	7	4	0
	Resistencia al encogimiento	5	5	3	1	0
RESISTENCIA DE LA TELA	Resistencia a la tracción	10	10	7	4	0
	Resistencia a la formación de borlitas	3	3	---	---	0
	Resistencia de costuras	6	6	4	2	0
	Resistencia al desgaste	10	10	7	4	0
RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	Solidez del color a la luz	6	6	4	2	0
	Solidez del color al sudor	5	5	3	1	0
	Solidez del color al frote seco y húmedo	6	6	4	2	0
	Solidez del color al lavado húmedo	6	6	4	2	0
	TOTAL	100				

• MARCA	FUROR	LEVI'S	LEVI'S	LEVI'S	DAYANA	REVOLUCIÓN 1910	REVOLUCIÓN 1910
• MODELO	HOLLYWOOD	501	BAGGY	550	5555	71278	71277
• PAÍS DE ORIGEN	México	E. U.	E. U.	E. U.	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	175.00	329.00	319.00	319.00	80.00	219.00	209.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	97	96	95	95	94	92	92

JEANS

• MARCA	FUROR	LEE	LEE	FUROR	FUROR	OCEAN PACIFIC	EDOARDOS
• MODELO	FALCON VOLT	RELAXED FIT	REGULAR FIT	FALCON MAJESTIC	LIBERTY	MAX 7442	0970
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★	★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	132.00	139.00	139.00	135.00	210.00	110.00	200.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	92	92	91	90	89	89	88

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

• MARCA	OCEAN PACIFIC	FUROR	PREMIUM	E. N. U. F.	YALE	FUROR	BEVERLY HILLS POLO CLUB
• MODELO	N. P.	FALCON LEGENDARY	E. F. 2047	188	RELAXED	FALCON OC 11618	20000
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	E. U.	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★	★★	★★★★	★★	★★	★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	100.00	135.00	115.00	110.00	70.00	135.00	82.50
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**88**	**87**	**87**	**84**	**84**	**84**	**84**

• MARCA	B-52	FUROR	GUESS	GUY LA ROCHE	MARITHE FRANCOIS GIRBAUD	LEE	SPRIT
• MODELO	SPRIT	LIBERTY OC 14281	PADO 01-C	2020-O	5300-07	203	SLIM PIT
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	E. U.	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★★	★★★	★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★	★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★	★	★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	180.00	124.00	249.00	119.00	199.00	105.00	165.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**82**	**81**

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

• MARCA	OCEAN PACIFIC	SERGIO VALENTE	OCEAN PACIFIC	JETHRO	CHEWAN	MARITHE FRANCOIS GIRBAUD	S'CANDIA
• MODELO	PEPE ESP. 5080	20017	MARRIS 9315	163	871	53050-M	2739
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★	★★	★★★★	★★★★	★★	★★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★★★	★★★★	★★	★★★★	★★	★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★	★★★★	★	★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	107.00	85.50	110.00	105.00	72.00	199.00	85.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**81**	**81**	**81**	**81**	**81**	**80**	**80**

JEANS

• MARCA	MARACA	BLUE FIELD	FERRIONI	ACA JOE	OGGI	RIFLE	BOLERO
• MODELO	MARACA BLUE	HT-3619	1202	7520	5430	CHUCK	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	E. U.	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Incompleta	Completa	Incompleta	Completa	Completa	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★★★★	★	★	★	★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	72.50	59.00	210.00	195.00	160.00	110.00	63.50
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	**80**	**80**	**79**	**79**	**79**	**79**	**79**

• MARCA	DIESEL	LAZO	SASSON	SPRIT	FUROR	LOS ATREVIDOS	FIORUCCI
• MODELO	CHEYENE	2022	201	CLASSIC	FALCON SEVILLE	1407	CHAMPION
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★	★★★	★★★	★★★	★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★★	★★★	★★★	★	★★★	★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★	★★	★★★	★	★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	199.00	79.00	83.50	169.00	130.00	72.00	99.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	78	78	78	77	77	77	77

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

• MARCA	PEPCO	SASSON	TRADER BAY	NEWS	BOUGLE BOY	PIERRE CARDIN	S'CANDIA
• MODELO	561	2022	N. P.	N. P.	750	711	RELAXED FIT 2739
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★	★★★	★	★	★	★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★★	★	★★	★★★★	★★★★	★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	65.30	89.90	110.00	53.00	125.00	160.00	99.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	77	76	76	76	75	75	75

• MARCA	OGGI	SAFETY JEANS	HORSE SHOE	TOPEKA	OCEAN PACIFIC	RAP	CURVI LÍNEA
• MODELO	5447	7801-1	3350	N. P.	PEPE-7449	N. P.	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Incompleta	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★	★★	★★	★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★★	★★	★★	★★★★	★★	★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★	★★★	★★	★★	★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	109.00	83.70	69.50	70.00	103.00	65.00	97.85
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	75	75	75	75	75	75	75

JEAN'S

• MARCA	OCEAN PACIFIC	NATURAL WEAR	CIMARRÓN	CALVIN KLEIN	APPLAUSO	CLUB RANCH	LUGANO
• MODELO	MAX-7434	0301	3001	90020	N. P.	2900	0072
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★	★★	★★★	★★★ -	★★★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★★	★★	★	★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★	★★★	★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★	★★★	★★★★	★★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★	★★★	★★★	★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★	★★★★	★★★★	★★	★	★	★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	100.00	63.50	69.90	77.90	75.00	87.90	67.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	74	74	73	73	73	73	73

JEANS

• MARCA	OKI	WEEK END	ECO BERTINI	FIORUCCI	JC COMPANY	ENERGIE	REPUBLIC
• MODELO	950	3370	2021	N. P.	N. P.	N. P.	0204
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta	Incompleta	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★	★★	★★★	★★★	★★★	★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★	★	★★	★★★	★★★	★★★★	★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★	★★	★★	★★★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★	★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★	★★★	★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	99.00	119.00	65.00	95.00	71.00	97.00	65.10
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	72	72	72	72	72	72	71

• MARCA	TORINO	CHAMBERS	BEST	JOHN JEANS	BRUNO CASSINI	WAY IN	GITANO
• MODELO	134	N. P.	693	0075	N. P.	204	SF-1180
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	E. U.
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Incompleta	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★★★	★★★	★★	★★	★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★	★	★	★★	★★	★	★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★	★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★	★★	★★	★★	★★	★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	69.00	83.00	115.00	63.00	65.00	71.00	115.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	71	71	71	71	71	70	70

JEANS

• MARCA	LOS ATREVIDOS	ANDRÉ FRANCOIS	LEVI'S
• MODELO	N. P.	N. P.	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Incompleta	Nula (pirata)
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★★	★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★	★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	89.90	49.90	85.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	57	55	55

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

JEANS

JEANS

• MARCA	LOS ATREVIDOS	ANDRÉ FRANCOIS	LEVI'S
• MODELO	N. P.	N. P.	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Incompleta	Nula (pirata)
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★★	★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★	★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	89.90	49.90	85.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	57	55	55

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

JEANS

• MARCA	BUM	PEPE JEANS	ECO BERTINI	CURVI LÍNEA	TUTTO BENE	HORSE SHOE	ALFIO
• MODELO	N. P.	CAMBRIDGE	1001-E	N. P.	621111	3350/1200	4210
• PAÍS DE ORIGEN	México	Hong Kong	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Incompleta	Completa	Incompleta	Completa	Incompleta	Completa
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★★★	★★★★	★★★	★★	★★★	★★	★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★	★★	★	★★★	★	★★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★	★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★	★★★	★★★	★★★★	★★	★★★	★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★	★★	★★	★★★	★★★★	★★	★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★	★★	★★	★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	165.00	289.00	75.00	89.00	87.60	69.80	63.80
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	67	67	67	67	67	67	66

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

• MARCA	RAZZ BERRY	LOS ATREVIDOS	SEA BLUE	FRENCH STAR	LEVI'S (pirata)	LOIS	LEVI'S (pirata)
• MODELO	805570	1466	N. P.	217	N. P.	KICKY 546	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	Hong Kong	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Incompleta	Completa	Nula	Incompleta	Nula
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★	★★	★★★	★★	★★★	★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★	★★★	★★	★★★	★★	★★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★★	★★	★★★★	★★★	★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★	★★	★★	★	★★	★★	★★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	65.70	89.90	129.00	59.90	35.00	149.90	50.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	66	66	66	64	64	64	64

• MARCA	SCRATCH	AMARRAS	SCRATCH	LEVIS	ENERGIE	S'CANDIA	BRITTANIA
• MODELO	570	1733	570	N. P.	001 FLORENCIA	2852	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	E. U.
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Completa	Completa	Completa	Nula (pirata)	Completa	Completa	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★	★★★	★	★	★★★★	★★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★	★★★	★★	★	★	★	★★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★	★★★	★★★★	★★★	★★	★★	★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★★	★★★	★★	★★★★	★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★	★★★	★★★	★	★★	★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★	★★★	★★★★	★★★	★★	★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	70.00	70.00	70.00	70.00	89.90	93.00	149.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	63	63	62	62	61	60	59

JEANS

• MARCA	JEANS ORIGINAL	CURVI LÍNEA	S'CANDIA	SASSON	ECO BERTINI	PERFORM	SMILE
• MODELO	N. P.	2466	LADIES 2855	1001	610	N. P.	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Incompleta	Completa	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★★	★★★	★★★	★★★	★★	★★★	★★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★	★★★	★	★	★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★★	★	★★★	★★★★	★★★	★★	★★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★	★	★	★★★	★★★	★★★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	87.00	98.70	99.00	83.55	73.60	69.00	95.00
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	70	70	69	69	69	69	69

★★★★ *EXCELENTE*
★★★ *BIEN*
★★ *REGULAR*
★ *DEFICIENTE*

JEANS

• MARCA	EL (pirata)	FIORUCCI	RON CHERESKIN	PIER JEANS	LEE (pirata)	MAGIC CLUB	OCEAN PACIFIC
• MODELO	N. P.	N. P.	N. P.	867	N. P.	932	N. P.
• PAÍS DE ORIGEN	México	México	México	México	México	México	México
• INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR	Nula	Incompleta	Incompleta	Completa	Nula	Completa	Incompleta
• ACABADOS EN TELA Y CONFECCIÓN	★	★★★	★★★	★★★	★	★	★★★
• VERIFICACIÓN DE TALLAS	★★★	★	★	★★	★★	★★	★★
• RESISTENCIA AL ENCOGIMIENTO	★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★
• RESISTENCIA DE LA TELA	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★	★★★★
• RESISTENCIA DE COSTURAS	★	★★	★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★
• RESISTENCIA AL DESGASTE	★★★★	★★	★★★★	★	★★★★	★★	★
• RESISTENCIA AL DECOLORAMIENTO	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
• PRECIO UNITARIO (N$)	87.00	115.00	98.70	69.30	105.00	55.90	115.90
• EVALUACIÓN GLOBAL DE CALIDAD	68	68	68	68	67	67	67